

LEVEL UP!

20-urni program usposabljanja

Aktivistične mreže





20-urni program
usposabljanja

**Aktivistične
mreže**

Zahvala

Avtorja

Marija Pantelic, Tilen Lah

S prispevki od:

Josh Cope, Marialena Yannoulatou, Verena Mitschke, Viola Bianchetti

Grafično oblikoval

Wout Neiryndck

Ilustracije prispevala

Eva Lynen



**ACTIVIST
NETWORK**



**Co-funded by
the European Union**

Ukrep je sofinancirala Evropska unija v okviru programa nepovratnih sredstev Evropskega parlamenta za področje komunikacij. Evropski parlament ni sodeloval pri njegovi pripravi ter v nobenem primeru ne odgovarja in ga ne zavezujejo informacije ali stališča, izražena v okviru tega ukrepa. Na podlagi zakonodaje, ki se uporablja, so izključno odgovorni avtorji, izpraševanci, izdajatelji ali moderatorji programa. Evropski parlament tudi ne odgovarja za neposredno ali posredno škodo, ki je lahko posledica izvajanja tega ukrepa.

Vsebine

2	Zahvala	
4	Splošne informacije	
4	Program usposabljanja in njegov potek	
5	Kako se pripraviti na usposabljanje	
7	Gradiva	
8	1. srečanje	Ste aktivist: uvod v aktivizem
13	2. srečanje	Najdite svojo strast, sledite svojemu cilju
18	3. srečanje	Skupnost in razumevanje pokrajine
22	4. srečanje	Zdravje aktivistov: skrb zase in za druge
28	5. srečanje	Naučite se razviti svojo kampanjo
32	6. srečanje	Ukrepanje 1. del: Oblikovanje kampanje
36	7. srečanje	Ukrepanje 2. del: Mreženje
40	8. srečanje	Ukrepanje 3. del: Poskrbeti, da bo vaše sporočilo slišano, in iskanje zaveznikov
47	9. srečanje	Ukrepanje 4. del: Upravljanje kampanje
54	10. srečanje	Kako naprej? Priprava na naslednje korake

Splošne informacije

Dobrodošli na programu usposabljanja Aktivistične mreže! Gre za 20-urni program usposabljanja, ki je razdeljen na deset srečanj in lahko poteka prek spleta ali v živo. Te smernice so namenjene vodjem in koordinatorjem, ki bi želeli izvesti ta program usposabljanja v svoji organizaciji ali v okviru svoje mladinske skupine. Smernice vas po korakih vodijo, kako lahko spodbudite napredek udeležencev pri učenju.

Namen

Udeležencem priskrbeti orodja, znanje in razumevanje tega, da morajo postati dejavnejši v državljskem in demokratičnem življenju.

Cilji

- oblikovati lokalno mrežo mladih aktivistov, ki se jih motivira in se jim priskrbi orodja za sodelovanje pri dejavnostih na področju demokratične udeležbe in/ali za organizacijo takih dejavnosti;
- povečati razumevanje in udejstvovanje mladih v smislu državljske udeležbe;
- oblikovati lokalno mrežo mladih prostovoljcev, ki se jim priskrbi orodja in se jih nauči veščin, da bodo lahko podpirali lokalne mladinske NVO in se razvijali v njihovem okviru;
- opolnomočiti mlade prostovoljce in aktiviste, da začnejo svoj projekt, kampanjo ali dejavnost.

Program usposabljanja in njegov potek

Ta program usposabljanja je sestavljen iz desetih povezanih srečanj, ki temeljijo eno na drugem. Zasnovana so tako, da bodo udeleženci uporabili znanje, ki so ga pridobili na prejšnjem srečanju, in ga na naslednjem srečanju razširili. Vsako srečanje traja dve uri; če boste na isti dan izvedli več srečanj, med posameznimi srečanji predvidite odmore. Na prvem in zadnjem srečanju bodo udeleženci opravili kratko samooceno, ki vam bo pomagala spremljati napredek pri znanju in razvoju samozavesti med usposabljanjem.

Namen vseh informacij, ki so po korakih podane v tem uvodnem delu, je, da z njimi udeležencem na prvem srečanju ustrezno predstavite program usposabljanja. Predlagamo vam, da vsako srečanje zaključite z informacijami o tem, kaj lahko udeleženci pričakujejo, da se bo obravnavalo na naslednjem srečanju, začnete pa s predstavitvijo poteka srečanja.

1. srečanje: Ste aktivist: uvod v aktivizem – Osnove
2. srečanje: Najdite svojo strast, sledite svojemu cilju – Zakaj se sploh trudimo?
3. srečanje: Skupnost in razumevanje pokrajine – Kartiranje deležnikov
4. srečanje: Zdravje aktivistov: skrb zase in za druge – Cenite svoje delo
5. srečanje: Naučite se oblikovati svojo kampanjo – Kje začeti?
6. srečanje: Ukrepanje 1. del: Oblikovanje kampanje – Kako oblikujemo kampanjo
7. srečanje: Ukrepanje 2. del: Mreženje – S kom naj se mrežimo
8. srečanje: Ukrepanje 3. del: Poskrbeti, da bo vaše sporočilo slišano, in iskanje zaveznikov – Aktivizem in diplomacija
9. srečanje: Ukrepanje 4. del: Upravljanje kampanje – Sistemi, ki ohranjajo kampanjo živo
10. srečanje: Kako naprej? Priprava na naslednje korake – Naslednji koraki

Kako se pripraviti na usposabljanje

Te smernice za Aktivistično mrežo so sestavljene iz dveh ločenih delov. V prvem delu so razlage različnih strokovnih in metodoloških vidikov programa usposabljanja, ki so po naših izkušnjah koristne. V drugem delu pa je razloženo, kako po korakih voditi zgoraj navedena srečanja.

Ciljna skupina

Mladi lokalni aktivisti, ki se že zanimajo za aktivizem in prostovoljstvo, in si želijo pridobiti več veščin, sposobnosti in orodij ter se mrežiti z vrstniki na lokalni ravni.

Velikost skupine za usposabljanje

Idealna velikost skupine je 20–25 udeležencev, ker imajo lahko udeleženci različna mnenja in je treba imeti možnost izvesti razpravo z udeleženci, ki imajo različna ozadja in izkušnje. Zato so v drugem delu smernic (del »korak za korakom«) pripravljene predlogi. Če imate manjšo skupino, bo težava morda v tem, da boste srečanje zaključili hitreje, kar je povsem v redu. Če imate na usposabljanju 40–50 udeležencev, boste morali prilagoditi čas in število majhnih skupin. Poleg tega morate paziti, da pri delu v majhnih skupinah nimate prevelikega števila predstavitev, pri čemer naj na srečanje poteka največ ena predstavitve. Striktno se držite časovnega načrta. Namesto predstavitve lahko vse skupine odgovorijo na ali predstavijo le eno vprašanje.

Časovno načrtovanje

V drugem delu smernic (del »korak za korakom«) lahko prilagodite predvideni čas za posamezne korake v skladu s svojimi željami in izkušnjami, saj je trajanje nekaterih delov/dejavnosti relativno in med drugim odvisno od števila udeležencev, strukture poteka usposabljanja (delavnica ob koncu tedna, v obdobju 5 tednov itd.) in hitrosti skupine. Pri časovnem načrtovanju posameznih korakov si pustite nekaj rezerve.

Varen prostor

Upoštevajte potrebe udeležencev in svoje potrebe. Vse udeležence nagovarjajte spoštljivo, ne preskočite dela srečanja, ki je namenjen vzpostavitvi stika z udeleženci. Kot skupina se na začetku odločite, kaj se vam zdi primerno in kaj ne (kako govoriti med srečanjem, kako uporabljati pripomočke, kako povedati, da vas zebe ali da morate na kratko zapustiti prostor itd.). Če želite izvedeti več o tem, kako ustvariti varen prostor za udeležence, bi bilo zelo dobro, da se najprej temeljiteje seznanite z [umetnostjo biti gostitelj](#)¹.

Zavedati se moramo, da so lahko med udeleženci mladi, ki ne hodijo v šolo/ne študirajo/niso zaposleni in ki niso tako samozavestni, da bi govorili in razmišljali sami. Poleg tega je lahko spremljanje 10 zaporednih srečanj tudi zelo naporno. Bodite pozorni na besedišče, ki ga uporabljate, npr. pojem »deležnik«; to je eden od pojmov, ki jih boste morda morali najprej pojasniti. To vam bo vzelo nekaj časa, a je nujno, če želite zagotoviti, da bo vaše usposabljanje vključujoče. Ne predvidevajte, da imajo udeleženci že osnovno znanje o teh temah, zato ga pred vsakim srečanjem preverite pri »vodjih skupin«, saj vam to lahko zelo pomaga pri predvidevanju odziva udeležencev. Vedno poskusite podati osnovne razlage, da najbolj zapostavljenim udeležencem ne bo treba vedno postavljati vprašanj, zaradi česar bi se lahko počutili izključene in »manjvredne«. Številni med temi mladimi ne spremljajo trendov na področju aktivizma, so pa aktivisti v svojih dnevnikih bitkah, zato jih je pomembno vključiti in jim pomagati ubesediti njihove izkušnje.

Ne pozabite, da so ti mladi lahko NEETS (Not in Education, Employment, or Training – osebe, ki se ne izobražujejo, niso zaposlene ali se ne usposabljaajo)², tako da jih ne sprašujte preveč, kaj počnejo v svojem življenju. Morda jim je težko napisati ali prebrati dolgo besedilo.

Prostor, v katerem se ne obsoja

Zelo pomembno je, da udeležence v vsakem uvodu opozorite na to, da se na tem usposabljanju ne obsojamo.

1 <https://artofhosting.org/>

2 <https://www.eurofound.europa.eu/topic/neets>

Podpora

Mladi, ki niso navajeni takega okolja, včasih mislijo, da npr. nimajo česa povedati, zato jim je pogosto treba pomagati, da se počutijo samozavestne. Bodite pozorni na najbolj negotove mlade udeležence v skupini.

Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

Vsako srečanje začnite z:

- uvodom, v katerem predstavite, kaj se bo na srečanju dogajalo, in/ali spomnite udeležence na to, kaj se je dogajalo na prejšnjem srečanju, ter jim predstavite, kako sta ti srečanja povezani. Običajno je temu namenjenih 10 minut, izjema je le prvo srečanje, na katerem moramo v uvodnem delu predstaviti več stvari;
- vzpostavitvijo stika z udeleženci, med katero vprašajte udeležence, kako se počutijo in ali imajo kakšne komentarje/vprašanja v zvezi z usposabljanjem/srečanjem. V tem delu jim lahko, če srečanje poteka prek spleta, naročite, naj v klepetalnico napišejo besedo, ki opisuje njihovo počutje, če pa srečanje poteka v živo, pa naj v krogu zgolj z eno besedo povedo, kako se počutijo.

Vložki, ki poživijo usposabljanje

Za poživitev usposabljanja uporabljajte vložke, ki jih poznate in se ob njihovi uporabi počutite dobro. Ti vložki naj bodo kratki, približno 5–10 minut, in naj udeležence spodbudijo h gibanju. Tak zelo preprost vložek, ki poživi usposabljanje in ga lahko uporabljate večkrat, je »sadna solata«. Določite nekaj vrst sadja (jabolko, banana itd.) in vsakemu udeležencu povejte, kateri sadež je. Ko vidite, da je osredotočenost udeležencev slaba, imenujte en sadež (npr. jabolko), kar pomeni, da se morajo vsa »jabolka« presesti. Če pa rečete »sadna solata«, se morajo presesti vsi udeleženci. To je res koristna stvar za spremembo perspektive udeležencev. Lahko se igrate tudi »človeški voz«³ ali, če ste na spletu, »fitness s prsti«⁴.

Povzetek

Na koncu vsakega srečanja predvidite 15 minut za povzetek. Lahko ga naredite na svoj način, samo ne pozabite nanj, da lahko udeleženci ponovijo, kaj so se naučili na tem srečanju, in povedo, ali so se dobro počutili. Za povzetek lahko uporabite metodo 4F-jev (Facts, Feelings, Findings, Future – dejstva, občutki, ugotovitve, prihodnost)⁵ v strukturi, v kateri ste končali srečanje (v krogu ali v skupinah). Če je udeležencev veliko, ni treba, da odgovorijo vsi. Udeleženci naj navedejo nekaj dejstev o tem srečanju (brez interpretacije), nato pa jih vprašajte, kako se počutijo. Vprašajte jih tudi, kaj so ugotovili/odkrili in končajte z vprašanjem, kaj si bodo zapomnili s tega srečanja.

Majhne skupine

V podrobnem opisu vsakega srečanja je kot metoda večkrat navedeno »delo v majhnih skupinah«. Odvisno od velikosti skupine in predvidenega časa, ima majhna skupina v najboljšem primeru 3–4 člane, saj lahko v takem okviru vsak prispeva. Če vam primanjkuje časa, naredite večje skupine. Odločiti se morate tudi, ali boste za vsako vajo oblikovali nove skupine ali pa boste večkrat uporabili isto skupino ali manj skupin. Pripravili smo nekatere predloge, a oblikovanje dinamike in poteka srečanj je odvisno od vas.

3 <https://www.wikihow.com/Play-the-Human-Knot-Game>

4 https://www.youtube.com/watch?v=r2tBH_XyeJc

5 <https://scoutship.scout.org/handbook/active-review-cycle/>

Gradiva

Večino usposabljanja boste uporabljali standardna učna gradiva:

- stojala z listi,
- belo šolsko tablo,
- samolepilne listke,
- flumastre za pisanje po listih na stojalu,
- flumastre za pisanje po beli šolski tabli,
- flumastre za udeležence,
- kemične svinčnike za udeležence,
- lepilni trak za papir,
- bel (in po želji barven) papir formata A4,
- Zoom,
- digitalno tablo Miro ali kaj podobnega.

Kadar poleg tega potrebujete še kaj, je to navedeno pod posameznimi srečanji. Če so za srečanje pripravljene delovni listi ali kakšna druga gradiva, ki jih je treba natisniti, ali pa primeri v digitalni obliki, jih najdete v mapi »[Dodatna gradiva](#)«⁶.

1. srečanje

Ste aktivist: uvod v aktivizmu



Ozadje

Trajanje: 120 minut

Cilji

- spoznati udeležence v skupini;
- predstaviti potek usposabljanja Aktivistične mreže;
- določiti podlage za aktivizem in skupno razumevanje aktivizma;
- opraviti samooceno na podlagi znanja o aktivizmu in vodenju kampanj.

Opis

Prvi korak je, da se v skupini ustvarijo temelji. Pomembno je raziskati skupno definicijo aktivizma in državljanske udeležbe ter omogočiti udeležencem, da povedo in razumejo, kako in kje so v svojem življenju družbeno aktivni. Tako razmišljanje je dobra podlaga za razumevanje in pojmovanje okvira naslednjih devetih srečanj usposabljanja.

Opravili bomo tudi uvodno samooceno, ki nam bo pomagala razumeti zaupanje v aktivizem ter sposobnosti in vrzeli v znanju v zvezi z aktivizmom. Tako bodo udeleženci razumeli, kako lahko v svojih individualnih okoliščinah uporabijo znanja, ki jih bodo pridobili na naslednjih devetih srečanjih. Ta samoocena se bo uporabila za oblikovanje izhodišč glede poznavanja in razumevanja državljanske udeležbe.

Metodologija po korakih

1. korak (25') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci:

- (5') Predstavite program in potek usposabljanja (glejte zgoraj);
- (3') Predstavite cilje usposabljanja in tega srečanja (glejte zgoraj);
- (3') Predstavite ekipo vodij usposabljanja;
- (14') Prosite udeležence, naj se predstavijo tako, da povedo
- svoje ime;
- kaj počnejo (študij/zaposlitev ...);
- ali imajo izkušnje z aktivizmom.
- (če srečanje poteka prek spleta – če zmanjkuje časa, jih prosite, naj te informacije napišejo v klepetalnico).

N

O

T

E

S

9

2. korak (20') Igra »Spoznamo se«.

1. možnost: Igra »Misija nemogoče«

Udeležencem dajte nekaj nalog, ki jih morajo opraviti v kratkem času in skupaj. Ko se čas za naloge izteče, naj predstavijo rezultate.

Možne naloge:

- naredijo naj skupen selfi;
- napišejo naj pesem o aktivizmu;
- preštejejo naj vse jezike, ki se govorijo v skupini;
- ugotovijo naj, kaj lahko počnejo brezplačno na območju, kjer poteka srečanje.

Nasvet: vedno dajte več udeležencem nalog kot mislite, da jih lahko opravijo. Prepustite se ustvarjalnosti!

2. možnost: Dve resnici in ena laž

Vsak naj se spomni tri dejstva o samem sebi, pri čemer morata samo dve dejstvi resnično veljati zanj, tretje pa je lahko izmišljeno ali ne velja zanj. Vsak udeleženec naj pove ta tri dejstva, drugi pa morajo uganiti, katero dejstvo je laž. Če srečanje poteka prek spleta, lahko udeležence prosite, naj odgovore natipkajo v klepetalnico.

3. korak (15') Kaj veste o aktivizmu?

- obrazec za samooceno (1. del);
- najbolje bi bilo prevesti vprašanja v jezik, v katerem poteka usposabljanje, in za zbiranje odgovorov uporabiti [Google obrazec](https://www.google.com/forms/about/)⁷ (ali podoben obrazec), da bi se lahko odgovori primerjali z odgovori končne samoocene, ki se bo opravila na desetem srečanju, in da bi se lahko dokumentirali v digitalni obliki.

Vprašanja za samooceno

Odgovorite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni, da nekaj za vas velja v najmanjšem možnem obsegu, 5 pa, da nekaj za vas velja v največjem možnem obsegu.

1. Vem, kaj je aktivizem.
2. Sem aktivni član/aktivna članica družbe.
3. Vem, katere so moje vrednote in katere teme so zame pomembne.
4. Vem, kaj pomeni »deležnik« in znam določiti, kdo so deležniki v moji skupnosti.
5. Znam poskrbeti za svoje potrebe in potrebe skupine, s katero sodelujem.
6. Vem, da obstajajo različne taktike za vodenje kampanj.
7. Vem, da je za oblikovanje kampanje potrebno veliko časa.
8. Znam prepoznati dobro sporočilo, ki me bo motiviralo za ukrepanje.
9. Vem, kaj pomeni polarizacija.

⁷ <https://www.google.com/forms/about/>

10. Vem, da imajo lahko ljudje pri upravljanju kampanj različne vloge.
11. Motiviran sem za to, da bi dosegel kakšno spremembo v moji skupnosti.
12. Točno vem, kaj pomeni aktivizem.
13. Znam oblikovati kampanje skupaj z drugimi podporniki.

4. korak (15') Kaj je aktivizem?

- Brainstorming:
- vprašajte udeležence, kaj je po njihovem aktivizem ali katere ključne besede povezujejo z aktivizmom, in zapišite odgovore na stojalo z listi oz. v skupno spletno orodje;
- preden napišete odgovore na tablo, se prepričajte, da udeleženci razumejo, kar je bilo povedano; če opazite, da niso povsem prepričani, ali razumejo povedano, poskusite znova povedati preprosteje;
- ne vprašajte jih po definiciji, ampak le po njihovih idejah ali ključnih besedah v zvezi s tem;
- po koncu brainstorminga predstavite definicijo in udeležencem pojasnite, da je povsem v redu, če je njihova definicija aktivizma podobna, pa tudi, če je drugačna, saj je aktivizem osebna izkušnja, ki je odvisna od konteksta in individualnih osebnih okoliščin ter se spreminja skozi življenjska obdobja udeležencev.

Nekatere definicije aktivizma

Aktivizem (ali zagovorništvo) je prizadevanje za spodbujanje, zaviranje, usmerjanje ali posredovanje za družbene, politične, ekonomske ali okoljske spremembe, z željo doseči spremembe v družbi za višje dobro.⁸

Moja definicija aktivizma je ... naslavljanje problemov, kakršnihkoli, tako, da smo kritični do oblastnikov (Anjali Appadurai, aktivistka za podnebno pravičnost)⁹.

Aktivizem so skupna prizadevanja za doseganje temeljnih sprememb (Priročnik za aktiviste)¹⁰.

5. korak (30') Dejavnost – Dojemanje sebe kot junaka ali kot žrtve

Ponovite dejavnost, ki je opisana pod 'Razumevanje podzavestnega dojemanja sebe kot aktivista'¹¹. Ta dejavnost je namenjena podnebnim aktivistom, ampak jo je mogoče preprosto prilagoditi drugim oblikam aktivizma. Njen cilj je, da udeleženci začnejo razmišljati o tem, v kakšni vlogi se kot aktivisti dojemajo, in da začnejo razmišljati zunaj okvirjev.

Udeleženci naj

1. odkljukajo trditve, ki veljajo zanje;
2. razpravljajo o narativu junaka in narativu žrtve;
3. skupaj odgovorijo na vprašanja za samopremislek.

⁸ <https://en.wikipedia.org/wiki/Activism>

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=zDVA7r7r0d0>

¹⁰ <https://activisthandbook.org/theory/what-is-activism>

¹¹ <https://www.youthforum.org/activism-inside-out/understanding-the-stories-you-unconsciously-hold-about-yourself-as-an-activist>

N

O

T

E

S

11

6. korak (15') Povzetek

- vprašajte udeležence, kakšna se jim je zdela prejšnja dejavnost;
- potem jih prosite, naj povedo dve stvari, ki so se ju danes naučili (odvisno od časa in zgovornosti skupine lahko ta dejavnost poteka v krogu ali na samolepilnih listkih (dejavnost opravite, če srečanje poteka prek spleta in tudi če poteka v živo).

Priprava in gradiva

Za to srečanje bi bilo dobro zagotoviti vizualno gradivo, kot je predstavitev v PowerPointu/na digitalni tabli Miro itd., stojalo s papirji, flumastre, papir, na katerega lahko udeleženci pišejo (če ni na voljo prenosnih računalnikov/telefonov).

Trajanje 5. koraka je treba prilagoditi na skupno 30 minut. Predlagana dejavnost je bila prvotno mišljena za posameznike, zato ni bila časovno omejena.

Dodatni viri

- [Kako lahko dosežete spremembe?](#)¹²
- [Lestvica udeležbe mladih](#)¹³
- [Priročnik za aktiviste](#)¹⁴

Nasvet za vodjo usposabljanja

Bistveno je, da se dosežejo cilji posameznih srečanj, tudi če nekatere korake posameznega srečanja izpustite ali pa spremenite kakšno od predlaganih dejavnosti.

12 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/what-can-you-do-to-change-things-2/>

13 <https://www.trainerslibrary.org/ladder-of-youth-participation/>

14 <https://activisthandbook.org/theory/what-is-activism>

N

O

T

E

S

2. srečanje

Najdite svojo strast, sledite svojemu cilju





20-urni program
usposabljanja

**Aktivistične
mreže**

Zakaj se sploh trudimo?

Trajanje: 120 minut

Cilji

- razumeti, zakaj je vprašanje »Zakaj?« (cilj) pomembno;
- določiti vrednote udeležencev;
- vizualizirati idejo spremembe, ki jo imajo udeleženci;
- ubesediti ideje;
- izmenjati ideje in stališča z drugimi udeleženci.

Opis

Na 1. srečanju smo preučevali pojem »aktivizem«. Na 2. srečanju bomo ugotavljali, kaj je vaš cilj. Pomembno je, da razumete, katere teme so za vas pomembne, kako se prekrivajo, kako izraziti svoje mišljenje o posameznih vprašanjih, kako razumeti in raziskati, kakšna so tveganja, kako se odločiti, katere rešitve podpirate, in kako si na podlagi vseh svojih stališč predstavljati svoj cilj in kako najti smer, v katero ste namenjeni.

N

O

T

E

S

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (15') Zakaj je pomembno imeti cilj

- pojasnite, da ljudje okrog nas lažje pristopijo k stvari in so bolj pripravljeni poslušati ter se pridružiti prizadevanjem, če je cilj projekta ali kampanje jasno predstavljen;
- predlagamo, da predstavite govor Simona Sineka z naslovom 'Začnite z »zakaj« -- kako odlični voditelji najdejo navdih za ukrepanje'¹⁵ in spodbudite udeležence, naj razmislijo o situacijah, v katerih jim nekdo sporoči, »zakaj«, in v katerih jim tega ne sporoči. Lahko opravite skupinsko razpravo in uporabite naslednje iztočnice:
- Kako se odzovete, ko vam je predstavljen jasen »zakaj«?
 - Ali je razlika med usposabljanjem, katerega program se predstavi, in predavanjem v šoli/na univerzi, katerega cilj ni jasno predstavljen in na katerem morate sami sprti ugotovljati, za kaj gre? Kje ste bolj motivirani za poslušanje?
 - Kdaj ste na spletu nazadnje iskali kakšen seminar? Ali ste ga poslušali od začetka ali ste najprej ugotavljali, ali obravnava rešitev za vaše težave oziroma kaj je njegov končni cilj, in ga šele nato ponovno poslušali od začetka?

¹⁵ https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA&ab_channel=TEDxTalks

N

O

T

E

S

3. korak (65') Iskanje mojega »zakaj«

3.1 (20') Določanje vrednot

- vsak udeleženec dobi seznam vrednot;
- udeležencem naročite, naj preberejo vse vrednote in odključajo tiste, ki se jim zdijo vsaj nekako v redu in so jim vsaj nekako pomembne (instinktivno);
- ko končajo, naj izberejo le približno polovico teh vrednot in razmislijo, ali so tiste, ki se zdijo podobne, res enake (udeleženci lahko začnejo 2. korak ob različnem času, če niso hkrati končali prejšnje vaje);
- ponovite prejšnji korak;
- udeleženci imajo zdaj le še 5–20 vrednot;
- udeleženci naj izberejo 2–3 bistvene vrednote in največ 5 zelo pomembnih vrednot.
 - Predlog za domačo nalogo: Zadnjih nekaj vrednot razvrstite po pomembnosti. Težko se je odločiti, kaj je bolj pomembno, na primer, prijatelji ali družina. Pri odločitvi si lahko pomagate tako, da si predstavljate situacijo, v kateri sta ti vrednoti v navzkrižju (npr. 25. rojstni dan vašega najboljšega prijatelja in petdesetletnica enega od vaših staršev se praznujeta na isti dan). To je težka vaja, ampak če smo jo zmožni opraviti, bomo lahko na podlagi svojih vrednot, kadar bo potrebno, sprejemali hitrejša in boljše odločitve in se zaradi izbire ne bomo počutili tako krive ali pod takim pritiskom, ker bomo vedeli, zakaj smo izbrali, kar smo izbrali, čeprav je bila to težka odločitev.

3.2 (5') Kakšno je tveganje

- Udeleženci naj razmislijo in napišejo, kakšno bi bilo tveganje na svetu, če bi oni ali družba na splošno zanemarili te vrednote. Kaj bi se spremenilo? Kako bi to vplivalo na njihovo življenje in življenje ljudi okrog njih? Kako bi to vplivalo na najbolj ranljive ljudi v njihovi skupnosti?

3.3 (20') Iskanje vizije za spremembe

- opravite vajo 'Iskanje vizije za spremembe'¹⁶;
- udeleženci naj si pri odgovoru na ta vprašanja pomagajo s prejšnjimi vajami;
- predlagamo, da udeleženci svojo vizijo zapišejo.

3.4 (20') Izbira problema in njegova ubeseditev

- kot podlago za ta del lahko uporabite članek 'Ugotovite, kateri problemi se vam zdijo pomembni in katere spremembe bi radi dosegli'¹⁷;
- (s primeri) opišite razliko med problemom in spremembo, ki bi jo radi dosegli (glejte članek v zgornji povezavi);
- udeleženci razmišljajo o spremembah, ki bi jih radi dosegli, lahko delajo v parih in izzovejo drug drugega vsak s svojimi idejami;

16 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/finding-your-vision-for-change/>

17 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/working-out-what-issues-you-care-about-and-what-change-you-d-like-to-see/>

N

O

T

E

S

- če imajo čas, lahko do potankosti opredelijo probleme in spremembe; v tem delu lahko združite po dva para udeležencev, tako da delajo po skupinah s 4 udeleženci.

4. korak (15') Izmenjava z drugimi udeleženci

- Če je dovolj časa, naj vsak drugim na kratko predstavi svojo »zgodbo«:
 - 1–3 vrednote, ki so mu/ji najpomembnejše;
 - kakšno je tveganje, če jih zanemarimo (en stavek);
 - kateri problem se jim zdi pomemben in kakšno majhno spremembo bi radi dosegli.

5. korak (15') Povzetek

- Upoštevajte poglavje »Povzetek« v Splošnih informacijah.

Priprava in gradiva

Natisnite »Seznam vrednot«, ki je v mapi [Dodatna gradiva](#)¹⁸ (ali ga uporabite za pripravo podobnega spletnega orodja). Predlagamo tudi, da pazljivo pregledate ta vira, ki smo ju uporabili in omenili tudi v zgornjem besedilu:

- [Ugotovite, kateri problemi se vam zdijo pomembni in katere spremembe bi radi dosegli](#)¹⁹;
- [Iskanje vizije za spremembe](#)²⁰.

Nasvet za vodjo usposabljanja

Pri določanju vrednot je pomembno, da udeleženci na koncu nimajo prevelikega (če se ne morejo odločiti) ali premajhnega števila vrednot, npr. da nimajo le vrednot, ki so večini med nami skupne (družina, prijatelji ...). Tako lahko razpravljamo o tem, kaj se zdi pomembno spre-
meniti posameznim in ne vsem udeležencem (trajnostni razvoj, enakost ...).

18 <https://drive.google.com/drive/folders/InWoGvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

19 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/working-out-what-issues-you-care-about-and-what-change-you-d-like-to-see/>

20 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/finding-your-vision-for-change/>

3. srečanje

Skupnost in razumevanje pokrajine



Kartiranje deležnikov

Trajanje: 120 minut

Cilji

- določiti deležnike, ki imajo vpliv na vaš problem;
- ugotoviti, kako lahko različni deležniki podprejo vaš cilj;
- pripraviti nekaj primerov komunikacije z deležniki za doseg vaših ciljev.

Opis

Igre ne igrate sami, sami pa tudi ne morete spremeniti sveta. Ugotovite, kdo je pristojen in katere so njegove pristojnosti v zvezi s problemi, ki se vam zdijo pomembni, in kakšen je vpliv teh pristojnih oseb. Pozanimajte se, s kakšnimi problemi se soočajo člani vaše skupnosti, poiščite navdihujoče primere ljudi, ki so v okviru demokratičnih procesov uspeli uresničiti svoje ideje za spremembe, in ugotovite, kje je vaše mesto pri spreminjanju področja, na katero spada problem, za reševanje katerega ste se navdušili.

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (10') Vaš vložek

Opredelili ste problem, v zvezi s katerim bi radi ukrepali. Na srečo verjetno niste edini, ki se je navdušil za doseg tega cilja. Namesto da bi začeli z ničle, poskusite ugotoviti, kdo v vaši okolici še vodi kampanje v zvezi z istim problemom. Če se bosta za doseg cilja prizadevala skupaj, bosta vajina moč in vpliv precej večja, kot če bi si prizadevali sami. Poleg tega lahko uporabite znanje in izkušnje drugih akterjev in vam ni treba začeti povsem na začetku.

Za uvod se lahko pustite navdihniti članku avtorice Tammy Day²¹, v katerem razpravlja o pomembnosti mreženja in povezovanja v skupnosti, ki je v korist višjemu dobremu. Avtorica pojasnjuje, da je družbeni kapital, to je mreža odnosov in dobre volje med ljudmi, bistven za napredovanje skupnosti. V članku je opisanih tudi več načinov vzpostavljanja odnosov in povezovanja, kot so npr. da si je treba vzeti čas za nova poznanstva, negovati svoj sloves osebe, ki je zanesljiva in trdo dela, sprejeti vabila, postati osredotočen na skupnost, izražati hvaležnost, vračati usluge in vabiti druge k udeležbi. Avtorica poudarja, da je za vzpostavljanje odnosov

21 <https://www.nebcommfound.org/news/build-your-social-capital-and-build-your-community/>

in ustvarjanje družbenega kapitala potrebno vložiti veliko časa, vendar je končni rezultat teh prizadevanj, da je manj internih bojov za prevlado, več sodelovanja, problemi skupnosti pa se rešujejo uspešneje.

3. korak (90') Deležniki

Deležniki so vsi ljudje/skupine/organizacije, na katere ima projekt/pobuda/politika/organizacija pozitiven ali negativen vpliv. Deležnik je tako pravzaprav vsak, na katerega projekt/pobuda/politika/organizacija vpliva, lahko tudi le posredno. Od zdaj naprej pa do povzetka bomo delali po skupinah. Skupine lahko ostanejo enake celotno srečanje, če bodo njihovi člani pozneje sodelovali pri projektu ali če imajo podobne ideje. Naloge so zasnovane tako, da temeljijo ena na drugi.

3.1 (15') Kdo so?

Najprej si moramo razširiti obzorja. Ali vemo, kdo so potencialni deležniki, ki so povezani z našo misijo? Kje naj jih začnemo iskati? Lahko pregledate zadetke, ki jih v zvezi z izbranim problemom v vaši skupnosti dobite na Googlu, lahko iščete na družbenih medijih, lahko iščete na platformah z novicami, lahko postavite vprašanje v zvezi s tem na družbenih medijih itd. Vzemite si nekaj minut in v majhnih skupinah najprej na kratko razložite svojo misijo drugim članom skupine, nato pa drug drugemu pomagajte najti čim več deležnikov za vsakega člana skupine. Ne postavljajte si omejitev. Verjetno vsebina vaše ideje vpliva na več ljudi, kot si predstavljate. Ne pozabite je napisati.

3.2 (25') Predstavite jih na karti

Zdaj ko veste za nekatere deležnike, je treba oceniti, kakšna je verjetnost, da nam bodo pomagali doseči naše cilje, in v kolikšni meri nam lahko pomagajo. V ta namen uporabite vajo z naslovom 'Kartiranje vaše skupnosti'²².

3.3 (10') Vaša izbira

Zdaj ko ste določili svoje deležnike, se odločite, s katerimi od njih želite navezati stik, da bi videli, ali si lahko pomagata. Začnite z zgornjim desnim kotom orodja, ki smo ga uporabili v prejšnji vaji, in izberite nekaj deležnikov. Obkrožite ali podčrtajte jih s flumastrom. To so morda glavni potencialni partnerji, kljub temu pa ne pozabite raziskati, ali so kakšni potencialni partnerji tudi v spodnjem desnem kotu, pa tudi ne pozabite spremljati, kaj med vašo kampanjo počnejo akterji iz zgornjega levega kota.

3.4 (20') Kako lahko pomagajo?

Udeleženci v tišini napišejo čim več načinov, kako bi jim izbrani deležniki lahko pomagali. Pozneje o tem razpravljajo po skupinah ali z udeleženci, ki imajo podobne ideje, in napišejo, o čem so razpravljali.

22 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/mapping-your-community/>

3.5 (20') Komunikacija z deležniki

Na podlagi raziskovanja, ki smo ga opravili v prejšnjih vajah, zdaj vemo, kdo ima voljo in moč, da nam bo pomagal, imamo pa tudi nekaj idej za to, kako bi nam lahko pomagali doseči naš cilj. Kar se zdi pomembno vam, se verjetno zdi pomembno tudi njim. Napišite pismo, v katerem najprej pojasnite, kaj se vam zdi pomembno in kje vidite problem v zvezi s tem v vaši skupnosti. Nato pojasnite, kaj vam je všeč pri njihovem delu in kako je to povezano z vašo misijo. Na koncu napišite, na katerem področju menite, da bi lahko sodelovala in se spodbujala ter zakaj menite, da bi bil svet zaradi tega lepši. S tem smo napisali pismo za nekoga, za katerega menimo, da bi nam lahko pomagal izboljšati svet.

4. korak (10') Povzetek

- Upoštevajte poglavje »Povzetek« v Splošnih informacijah.
- Ne pozabite vprašati udeležencev, kako bodo uporabili pismo, na kar naj odgovorijo čim bolj konkretno.

Priprava in gradiva

Pripraviti boste morali »karto moči«, ki jo bodo uporabljali udeleženci (lahko jo tudi natisnete iz mape [Dodatna gradiva](#)²³). Na spodnjih povezavah lahko najdete še več koristnih informacij in vaj, ki so bile uporabljene zgoraj:

- [Ustvarite svoj družbeni kapital in svojo skupnost](#)²⁴ avtorice Tammy Day
- [Sodelovanje za doseganje sprememb: zakaj je treba spremembe izvajati skupaj z drugimi?](#)²⁵
- [Kdo vodi kampanje v zvezi z vašim izbranim problemom?](#)²⁶
- [Kartiranje vaše skupnosti](#)²⁷

Nasvet za vodjo usposabljanja

Nekateri udeleženci vašega usposabljanja so morda od začetka pripravljani v skupinah sodelovati pri isti ideji, drugi pa morda raje delajo individualno. Za delo v majhnih skupinah je najbolje, da so v vsaki skupini vsaj 3 udeleženci, da lahko vanje združite posameznike s podobnimi idejami, ki si lahko še vedno pomagajo skozi celoten proces.

23 <https://drive.google.com/drive/folders/1nWogvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

24 <https://www.nbccommfound.org/news/build-your-social-capital-and-build-your-community/>

25 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/working-together-to-achieve-change-why-make-change-together/>

26 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/who-is-campaigning-on-your-issue/>

27 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/mapping-your-community/>

N

O

T

E

S

4. srečanje

Zdravje aktivistov: skrb zase in za druge



Cenite svoje delo

Trajanje: 120 minut

Cilji

- razmisliti o tem, da je skrb zase temeljna potreba;
- razumeti, kaj je dobro počutje, in zakaj je pomembno skrbeti zase/za svojo skupino.

Opis

Ste aktivist, vendar ste lahko učinkoviti le, če skrbite zase in za ljudi okrog sebe. Izčrpanost aktivistov je resničen problem, ki zadeva vse nas. Hudo je, če se borite za svoj cilj in ne vidite napredka, zato pogledjmo, kako lahko merimo svoj uspeh, nagradimo sebe in druge, kadar nam uspe preboj, in se prepričajmo, da razumemo, kako pritisk zaradi tega, ker smo aktivisti, vpliva na nas in druge.

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (15') Individualni razmislek

1. Udeleženci naj sestavijo seznam pogojev, ki morajo biti izpolnjeni, da se počutijo dobro in so produktivni pri vsakdanjih dejavnostih – šola/slужba/prosti čas/prostovoljstvo itd..
2. Pogoje naj napišejo na papir/v digitalno orodje.

3. korak (30') Delo v majhnih skupinah

Udeleženci naj v majhnih skupinah razpravljajo o teh vprašanjih:

- Kaj je dobro počutje in skrb zase?
- Kaj pomeni skrb zase v skupini?
- Kako je povezana z aktivizmom?
- Kako lahko kot aktivist skrbimo zase?

4. korak (25') Predstavitev razprave v majhnih skupinah

Vsaka skupina naj predstavi ugotovitve razprave (predstavitev naj traja največ 3 minute na skupino). Po predstavitvi udeležence vprašajte, kako je njihova razprava povezana s seznamami pogojev, ki so jih sestavili na začetku srečanja.

5. korak (25') Teoretična izhodišča za pojem »kultura skupine«, kako voditi dobre sestanke in sprejemati odločitve v skupinah

Predlogi za strukturiranje teoretičnih izhodišč in obravnave teh 3 tem, saj vam lahko prihranijo veliko časa, energije in motivacije.

Izhodišča za pojem »kultura skupine«

- Kakšna je »kultura« vaše »skupine«? Vsaka skupina, tudi družine, organizacije in kolektivi imajo svojo prevladujočo kulturo;
- Pomembno je, da bodoči aktivisti vedo, da niso sami in da svet lažje spreminjamo skupaj (s tem se bomo podrobneje ukvarjali na 7. srečanju), kar pomeni, da bodo morali delovati v skupinah/ekipah;
- Razvojne faze skupin/ekip so oblikovanje skupine, zbiranje idej oz. viharjenje, normiranje, delovanje in faza prekinitve – Tuckmanove faze razvoja skupine²⁸;
- Ko oblikujete novo skupino, pa tudi če je skupina že oblikovana, si vzemite čas za pogovor z vsemi člani in se pogovorite o kulturi, ki bi jo radi ustvarili. To razpravo si lahko olajšate, če sledite preprostem postopku, ki vključuje pet korakov:
 - spomnite se vaje, ki udeležencem omogoča, da postanejo del skupine. To je lahko kakšna igra ali kaj zabavnega, kar pomaga prebiti led.
 - Udeleženci naj se spomnijo, kdaj so se počutili resnično dobrodošli in del skupine, v kateri so lahko rasli.
 - Zberite vse udeležence in jih prosite, naj z drugimi delijo svoje spomine v zvezi s tem.
 - Udeleženci naj oblikujejo majhne skupine in razmišljajo o tem, kaj so si povedali. Katera so ključna načela, za katera si vsi želite, da bi jih skupina upoštevala?
 - Udeleženci naj povedo, kakšna je bila po njihovem mnenju ta razprava, in dosežejo soglasje glede tega, kakšna naj bo kultura njihove skupine.
- Ko udeleženci dosežejo soglasje glede tega, kakšno kulturo si želijo za svojo skupino, se morajo zavezati, da jo bodo izvajali v praksi. Več virov je na voljo na povezavi Kultura skupine²⁹.

²⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Tuckman%27s_stages_of_group_development

²⁹ <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/group-culture/>

Izhodišča za vodenje dobrih sestankov

- Vprašajte udeležence, kaj potrebujejo; da se bodo na sestanku obravnavale potrebe vseh udeležencev, najlažje zagotovite s tem, da jih preprosto vprašate, kaj potrebujejo. To lahko storite tako, da jim pred datumom sestanka pošljete elektronsko sporočilo ali anketo. Tako vam udeleženci lahko sporočijo, ali potrebujejo čas za razmislek, znakovno tolmačenje, prevajanje, možnost dostopa z invalidskim vozičkom itd.. Zelo koristno je tudi imenovati koordinatorja sestanka ter zagotoviti točen začetek sestanka in potek v skladu z dnevnim redom.
- Nasveti za dobre spletne sestanke:
- sestanki naj bodo kratki (trajajo naj največ 1 uro);
- imenujte nekoga, ki bo skrbel za tehnične zadeve – npr. oblikoval ločene manjše skupine in »spuščal« udeležence na sestanek;
 - predstavitev naj bodo kratke, kadar je treba posredovati veliko informacij, pa gradivo pošljite vnaprej;
 - uporabljajte ločene »sobe« za razpravo v parih ali manjših skupinah, tako da lahko vsak pride do besede;
 - eksperimentirajte z interaktivnimi predstavitvami v Powerpointu ali pametnimi tablam Google jamboards in udeležencem tako omogočite virtualni brainstorming.
 - Več virov je na voljo na povezavi [Vodenje dobrih sestankov](#)³⁰.

Izhodišča za sprejemanje odločitev v skupinah

- sprejemanje odločitev v skupinah ni preprosto, tudi če si skupina prizadeva za uresničitev istega cilja. Postopek odločanja naj bo odprt, pri čemer naj bo odločanje na podlagi soglasja uravnoteženo z manjšimi odločitvami, ki jih sprejmejo posamezniki, ki vodijo posebne vidike vaše kampanje;
- pri odločanju na podlagi soglasja se odločitev sprejme le, če se z njo strinjajo vsi člani skupine. Tako odločanje skupinam pomaga deliti moč, ustvariti močno skupnost in sprejemati boljše odločitve tako, da se upoštevajo mnenja vseh članov;
- pri večinskem odločanju se odločitev sprejme, če se z njo strinja večina članov skupine. Tako odločanje je lahko koristno pri vprašanjih, ki zelo polarizirajo in so zelo kontroverzna. Čeprav je pomembno, da se poskuša najti skupno točko, je lahko večinsko odločanje prava stvar, če nekaj udeležencev z odločnimi mnenji blokira skupino pri nadaljevanju ukrepanja;
- pomembno je, da koordinator aktivno posluša vsa stališča in poskuša zagotoviti, da se odražajo v odločitvi. Ne pozabite, da bo včasih preprosto doseči soglasje. Drugič pa bo morda treba ponovno preučiti problem in predložiti nove predloge, preden bo mogoče doseči soglasje;
- pri skupnem odločanju vam lahko pomaga zaupanje. Če ste že ustvarili močne odnose, razvili pozitivno kulturo skupine in poskrbeli, da so vsi prispevali k močni, skupni viziji, bo to zaupanje, ko bo treba sprejemati odločitve, že ustvarjeno.
- Več virov je na voljo na povezavi [Sprejemanje odločitev v skupinah](#)³¹.

30 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/running-good-meetings/>

31 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/decision-making-in-groups/>

Ko končate s predstavitvijo teoretičnih izhodišč, jih povežite z dobrim počutjem posameznikov in skupin, saj lahko negativna kultura skupine spodbuja frustracije, tesnobo in nepotrpežljivost.

6. korak (15') Povzetek

Aktivisti in ustvarjalci družbenih sprememb po navadi končajo kot deloholiki. V skladu z neko študijo se je 10–50 % sindikalnih in mirovniških aktivistov že srečalo z izgorelostjo, do 87 % mirovniških aktivistov pa je z aktivizmom prenehalo v roku šestih let od začetka udejstvovanja. Da preprečite izgorelost in poskrbite, da se vaša skupina ne bo počutila zasuta z nalogami, ki ste si jih zastavili, je pomembno skrbeti zase in za skupnost.

Uporabite kakšno od teh idej za pripravo svojega načrta za skrb zase:

- omejite število ur, v katerih se ukvarjate z aktivizmom, ko te ure minejo, pa izklopite vse komunikacijske kanale;
- odmoru za kosilo namenite celo uro časa in ne hitite s kosilom, medtem ko še vedno delate;
- zastavite si realno število nalog;
- ukvarjajte se z drugimi dejavnostmi, ki jih uživate in ki vas lahko sprostijo in razvedrijo (ukvarjanje s športom, druženje s prijatelji).

Uporabite katero od teh idej za pripravo skupnega načrta za skrb za vašo skupino:

- bodite pozorni na kakršnakoli občutljiva vprašanja ali teme, na katere bi bilo morda treba opozoriti člane skupine, preden jih obravnavate;
- bodite pozorni na kakršnekoli pomembne stvari, ki se dogajajo v osebnih življenjih vaših kolegov, s katerimi se morajo ukvarjati ali ki vplivajo na njihova življenja ali delo;
- spoštujte odločitev kolegov, da se morajo »izklopiti«;
- naučite se reči ne in spodbudite druge, da bodo zmanjšali nerazumna pričakovanja in časovnice;
- s posameznim članom ekipe se jasno pogovorite o kakršnihkoli nerešenih vprašanjih;
- omejite uporabo komunikacijskih kanalov za delo; prek Facebooka in Whatsapp se ne pogovarjajte o aktualnem delu;
- s članom ekipe se prvih 10 minut klica pogovarjajte o tem, kaj je novega v vašem življenju in na osebno področju.

N

O

T

E

S

Priprava in gradiva

Spodaj so navedeni nekateri dodatni viri, ki bi lahko bili koristni; lahko jih predstavite v skupini ali pa udeležencem naročite, naj jih preberejo za domačo nalogo.

- [Skrb zase in skrb za skupino](#)³²;
- [Kar ste se naučili, vključite v svoj aktivizem](#)³³.

Nasvet za vodjo usposabljanja

Zdaj že bolje poznate svojo skupino in znate tudi predvideti čas, ki ga potrebujete za razpravo/delo v skupinah. Prilagodite čas, kot menite, da je ustrezno.

32 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/self-care-and-collective-care/>

33 <https://www.youthforum.org/activism-inside-out/integrating-what-you-learned-into-your-activism>

5. srečanje

Naučite se oblikovati svojo kampanjo



Kje začeti?

Trajanje: 120 minut

Cilji

- podati osnovno znanje o vodenju kampanj;
- učiti se skozi delo: analizirati obstoječe kampanje;
- razviti ideje za prihodnje kampanje;
- spoznati različne taktike za kampanje.

Opis

Oblikovati strategijo za uresničitev zelene spremembe ni vedno preprosto. Da bi lahko razumeli, kako lahko dosežemo naše cilje, je dobro vedeti, kaj že obstaja, kaj je uspešno, kaj pa ne, in s kom se pogovarjamo, da lahko sporočimo probleme, ki jih resnično želimo rešiti, posameznikom, ki jih lahko rešijo.

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (30') Analiza obstoječih kampanj

Udeleženci delajo v majhnih skupinah. Vsaki skupini se dodeli ena kampanja. Vsaka skupina naj razmisli o naslednjem:

- kako se je ta kampanja začela;
- kateri problem se s kampanjo poskuša rešiti;
- kaj je osrednje vprašanje;
- kdo so deležniki;
- kaj je konkretni cilj kampanje;
- katera taktika se uporablja;
- kaj je njihovo glavno sporočilo in kako ga sporočajo;
- katere vloge so potrebne za izvedbo kampanje.

Udeležence povabite, naj poiščejo informacije v zvezi s tem in preverijo, kaj lahko izvedo o kampanji, a ne le na uradni strani kampanje.

N

O

T

E

S

Nekateri primeri kampanj:

- Prepovejmo neplačana pripravništva³⁴
- Petki za prihodnost³⁵
- Brezplačne menstruacije³⁶
- Črna življenja štejejo³⁷

3. korak (25') Vsaka skupina predstavi analizo kampanje

- največ 4–5 min na skupino;
- predvidite čas za vprašanja in pripombe.

4. korak (20') Oblikovanje idej za prihodnje kampanje

Udeleženci naj pogledajo, kaj so napisali kot problem pri koraku 3.4 drugega srečanja, in naj še enkrat razmislijo o napisanem ter si prizadevajo za čim bolj natančno ubeseditev. Do potankosti naj opredelijo probleme in spremembe.

5. korak (20') Taktika za vodenje kampanj

- Udeležencem v tiskani obliki/na projektorju/v obliki Powerpoint predstavite seznam taktik za kampanje³⁸ (npr. decentralizirani množični ukrepi, stavke, politične kampanje itd.) in jih prosite, naj jih na kratko preberejo. Ko končajo, jih vprašajte, če je na seznamu kakšna taktika, za katero prvič slišijo, in jim jo pojasnite.
- Uporabite različne probleme iz prejšnjega koraka in vprašajte udeležence, katero taktiko je treba uporabiti za posamezen problem in zakaj. To vajo lahko opravite v majhnih skupinah in s tem zagotovite boljšo interakcijo, zlasti če je skupina večja.

6. korak (15') Povzetek

- udeležence vprašajte, pri kateri taktiki bi najverjetneje sodelovali;
- udeleženci naj se spomnijo 3 stvari v zvezi s tem srečanjem – ene stvari, ki jim je bila všeč, ene, ki jim ni bila všeč, in ene, ki bi jo izboljšali;
- napišejo naj jih na samolepilne listke/tablo, nato pa te povratne informacije analizirajte. Če je mogoče, delno spremenite naslednja srečanja in se prilagodite potrebam udeležencev glede učenja.

34 <https://www.youthforum.org/collective-complaint-on-unpaid-internships>

35 <https://fridaysforfuture.org/>

36 <https://www.freeperiods.org/>

37 <https://blacklivesmatter.com/>

38 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-4/campaign-tactics-pros-and-cons-of-each-where-they-fit-in-a-strategy/>

Priprava in gradiva

Za to srečanje boste potrebovali samolepilne listke in tablo (pravo ali virtualno), vnaprej boste morali napisati ali natisniti vprašanja ter natisniti seznam taktik.

Obstajajo številni odlični priročniki, v katerih je pojasnjeno, kdo deluje na področju zagovorništva in vodenja kampanj; če potrebujete več informacij, vam predlagamo, da preberete naslednje vire:

- [Določanje cilja kampanje](#)³⁹
- [Unicefov priročnik o zagovorništvu](#)⁴⁰
- [Priročnik Evropskega mladinskega foruma o zagovorništvu](#)⁴¹

Nasvet za vodjo usposabljanja

Lahko izberete druge primere kampanj, ki so bolj ustrezajo vašemu lokalnemu stanju.

39 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/setting-a-campaign-objective/>
 40 <https://www.unicef.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Youth-Advocacy-Toolkit.pdf>
 41 <https://www.youthforum.org/files/220201-Advocacy-Toolkit.pdf>

6. srečanje

Ukrepanje 1. del: Oblikovanje kampanje



Kako oblikujemo kampanjo

Trajanje: 120 minut

Cilji

- zavedati se nekaterih tveganj pri oblikovanju kampanje;
- znati se pripraviti na nekatera tveganja pri oblikovanju kampanje;
- obravnavati celoten postopek, od začetne ideje udeležencev do oblikovanja celotne kampanje (od »zakaj-ev« do »kako-jev«).

Opis

Kakšen bo naslov vaše kampanje? Kaj je vaš cilj, že veste, če pa ga želite uresničiti, morate oblikovati kampanjo. Naučiti se boste morali, kako doseči želeni učinek tako, da se boste učili skozi delo in tudi skozi svoje napake in poraze, ne glede na to, ali boste kampanjo oblikovali samostojno ali se boste pridružili drugim. To je povsem v redu. Ugotovite, katera orodja lahko uporabite, vključno z različnimi načini sodelovanja pri državljski udeležbi. Kako načrtujete te dejavnosti? Kaj morate upoštevati? Katere metode so v posamezni situaciji najbolj učinkovite? Na tem srečanju bomo obravnavali te praktične vidike.

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (20') Izhodišča: Pasti in obvladovanje tveganj

Udeleženci naj v tišini na list papirja zapišejo nekaj tveganj in pasti, ki jim pridejo na misel v zvezi s pripravo in izvedbo kampanje. Nato naj jih predstavijo, vi pa jih med predstavitvijo napišite in razvrstite. Na koncu glasujte za najbolj verjetno in najbolj strašljivo past oz. tveganje. Če je udeležencev malo, naj s flumastrom označijo tiste, za katere glasujejo. Če je udeležencev veliko ali če srečanje poteka prek spleta, lahko glasujete z dvigom rok. Na koncu opravite razpravo o pasteh oz. tveganjih, ki so po mnenju udeležencev najbolj strašljivi ali najbolj verjetni.

N

O

T

E

S



20-urni program
usposabljanja

Aktivistične
mreže

3. korak (45') Moja kampanja

Uporabite delovni list »Moja kampanja« iz Dodatnih gradiv⁴². Idealno je, če udeleženci izpolnijo delovni list posamično, če pa je mogoče, jih razdelite v majhne skupine, katerih udeleženci imajo podobne cilje, da si bodo lahko pomagali pri izpolnjevanju. Spomnite jih na to, kaj so že storili in kaj jih še čaka. Udeleženci morajo začeti razmišljati o celotni kampanji, povezani z njihovim ciljem, in poskusiti izpolniti delovni list, kolikor je mogoče. Pozneje ga bodo lahko popravili.

4. korak (30') Izmenjava z drugimi udeleženci

Če je dovolj časa, naj nekateri udeleženci predstavijo svoje delovne liste. Prosite nekatere udeležence, naj predstavijo svoj delovni list in spodbudite razpravo ter izmenjavo idej. Možna je tudi skupinska predstavitev, če so udeleženci skupaj izpolnjevali delovne liste. Cilj je, da udeleženci predstavijo in razpravljajo o čim več različnih idejah (odvisno od časa, ki ga imate na razpolago), tako da lahko dobijo več idej ali povratne informacije za izboljšanje svojih idej.

5. korak (15') Povzetek

- Upoštevajte poglavje »Povzetek« v Splošnih informacijah.

42 <https://drive.google.com/drive/folders/1nWoGvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

Priprava in gradiva

Poleg delovnega lista »Moja kampanja« in običajnih gradiv, ki so navedena v Splošnih informacijah, ne potrebujete nič posebnega. Dodatno znanje si lahko pridobite na spodaj navedenih povezavah. Zadnji dve sta specifični, vendar zelo koristni, če niste seznanjeni s temo, na katero se nanaša prva vaja.

- [Strategija stopnih kamnov](#)⁴³
- [Taktike kampanj](#)⁴⁴
- [Strategija za oblikovanje kampanj](#)⁴⁵
- [Vrste tveganj](#)⁴⁶ (se nanaša le na zagovorništvo, ne upoštevajte na splošno)
- [Tveganja, povezana z zagovorništvom – koristno](#)⁴⁷ (se nanaša le na zagovorništvo, ne posplošujte)

Nasvet za vodjo(-e) usposabljanja

Vredno je omeniti, da je za stvari potreben čas in da si moramo, preden ukrepamo, vzeti čas za razmislek. Zaradi vseh kriz, s katerimi se soočamo, se pogosto nagibamo k temu, da bi ukrepali takoj, brez temeljitega premisleka. Pomembno je, da že na začetku zmanjšamo ta pritisk in se stvari lotimo s trezno glavo.

Domača naloga

Najbolj strašljive in najbolj verjetne situacije iz 2. koraka vnesite v [Google obrazec](#)⁴⁸ in prosite udeležence, naj razmislijo o rešitvah zanje in jih zapišejo. Tako vsi udeleženci dobijo odgovore vseh drugih udeležencev in drug za drugega ustvarijo odlično bazo znanja.

43 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/strategy-stepping-stones/>

44 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-4/campaign-tactics-pros-and-cons-of-each-where-they-fit-in-a-strategy/>

45 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/campaign-strategy/>

46 <https://www.careemergencytoolkit.org/topics-issues/2-advocacy/8-criteria-for-deciding-to-engage-in-advocacy/8-2-assessing-risks-of-advocacy/>

47 <https://www.share4rare.org/library/share4rare-toolkit-patient-advocacy/risks-advocacy>

48 <https://www.google.com/forms/about/>

7. srečanje

Ukrepanje 2. del: Mreženje



S kom naj se mrežimo

Trajanje: 120 minut

Cilji srečanja

- sestaviti seznam potencialnih podpornikov in sodelavcev;
- pripraviti osnutek podpornega besedila za njihovo zaposlitev/pridobitev;
- pripraviti organigram vaše kampanje.

Opis

Veste, kateri problem bi radi naslovili, a pomembno je, da najdete svoj edinstven način za obravnavo tega problema, v zvezi s katerim želite oblikovati kampanjo. Vzpostaviti morate svojo mrežo strokovnjakov, kolegov in organizacij. Na tem srečanju se bomo naučili, kako najti druge, ki se vam bodo pridružili, kako pridobiti podporo in kako organizirati sebe in druge.

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (50') Najdite druge, ki se vam bodo pridružili

2.1 (10') Koga potrebujete/za koga si želite, da se vam pridruži?

Sestavite skupine udeležencev, ki so izbrali podoben problem za svojo kampanjo in opravite »brainstorming« v zvezi s tem, kakšni ljudje bi lahko podprli udeležence ali se jim pridružili, in kako bi prispevali k njihovi kampanji.

2.2 (40') Kako jih nagovoriti/prepričati? (enake skupine kot prej ohranite do povzetka)

Uporabite vajo, ki ste jo opravili na koncu 2. koraka tretjega srečanja. Zdaj ko smo se že nekaj naučili, je čas, da to še enkrat ponovimo in izpilimo.

Vprašajte se, kaj bi vaše potencialne podpornike ali sodelavce pripravilo do tega, da bi vas podpirali pri uresničevanju vašega cilja (spomnite se na »karto vrednot« in »začnite z zakaj«), ter na podlagi tega pripravite kratko besedilo, ki pritegne pozornost in jih povabi, naj se pridružijo vašemu cilju. Če imate čas, pripravite besedilo za vsako ciljno skupino posebej. Ne

pozabite dodati poziva k ukrepanju in navesti zelo preprostega načina za vzpostavitev stika z vami ([Google obrazec](https://www.google.com/forms/about/)⁴⁹, telefonska številka, uradne ure, pustijo naj svoj e-poštni naslov, da lahko vi stopite z njimi v stik).

Poziv k ukrepanju mora biti pripravljen tako, da izzove takojšnji odziv ali takoj spodbudi k dejanju. Najpogosteje so v njem uporabljene besede ali fraze, ki jih je mogoče vključiti v prodajna sporočila, oglasna sporočila ali spletne strani, ki ciljno občinstvo pripravijo do tega, da ravna na specifičen način. Poziv k ukrepanju napišite čim bolj direktno. Na letak ne napišite le »stopite v stik z nami«, ciljno občinstvo pa naj išče vaše podatke za stik. Namesto tega lahko napišete »Pokličite nas na to številko od 9. do 18. ure in dogovorili se bomo za termin srečanja, da se malo spoznamo in ugotovimo, kakšne so naše možnosti za sodelovanje«.

Udeležencem sredi srečanja omogočite, da se lahko nekaj minut pogovarjajo in razpravljajo o svojih rešitvah, če si niso že sami začeli med seboj pomagati na ta način.

3. korak (30') Organizirajte se in vzpostavljajte odnose

Vsak zase ali v skupinah, v katerih boste sodelovali po usposabljanju, pripravite organigram ljudi, ki jih potrebujete, da bi s svojo idejo uspeli. Opredelite njihovo pomembnost (npr. kdo bi se vam moral pridružiti najprej?). Za vsako tako osebo napišite, kako bi lahko prispevala k vaši kampanji. To lahko storite v dveh ali treh različnih delih, ki predstavljajo napredek vaše ekipe skozi čas. Morda boste najprej potrebovali le dva vaša prijatelja, vendar pa boste za uresničitev specifičnega cilja, ki pride na vrsto pozneje, morda potrebovali še pet prijateljev. Odločite se, kakšne ljudi (kakšne morajo biti njihove sposobnosti) in koliko ljudi potrebujete.

Udeležencem sredi srečanja omogočite, da se lahko nekaj minut pogovarjajo in razpravljajo o svojih rešitvah, če si niso že sami začeli med seboj pomagati na ta način.

4. korak (15') Povzetek

- Upoštevajte poglavje »Povzetek« v Splošnih informacijah.

49 <https://www.google.com/forms/about/>



20-urni program
usposabljanja

Aktivistične
mreže

Priprava in gradiva

Za razliko od drugih srečanj ne potrebujete posebnega gradiva, vendar predlagamo, da morda povečate pisavo ali kako drugače na svoj način poudarite dele besedila, ki so pomembni (krepka pisava za korak 3.5 tretjega srečanja + poziv k ukrepanju), in organigram.

Nasvet za vodjo usposabljanja

To srečanje na nek način temelji na tretjem srečanju, izvajalo pa naj bi se individualno ali v majhnih ekipah, če udeleženci obravnavajo enako idejo/projekt. Na začetku lahko, če se vam zdi potrebno, uporabite besedilo avtorice Tammy Day⁵⁰.

Ideja: če imate čas ali za domačo nalogo, lahko udeležencem naročite, naj oblikujejo letak ali objavo na družbenih medijih, ki naj vsebuje sporočilo, ki so ga sestavili (uporabijo lahko orodje Canva, PowerPoint ali drugo orodje). To je tudi nekaj oprijemljivega, kar jih bo motiviralo, da bodo nadaljevali.

Ideja: če imate čas ali za domačo nalogo, lahko udeležencem naročite, naj dopolnijo svoj organigram. Začnite sestavljati seznam nalog, ki morajo biti po vašem mnenju opravljene, in za vsako nalogo napišite: kdo je odgovoren zanjo (to ne pomeni, da jo mora opraviti, ampak da mora poskrbeti, da bo opravljena), kaj je treba doseči in do kdaj mora biti zaključeno. Če gre za kompleksne naloge, naročite udeležencem, naj jih razčlenijo na bolj neposredno opredeljene naloge, tako da je lažje videti celotno sliko in spremljati napredek.

50 <https://www.nebcommfound.org/news/build-your-social-capital-and-build-your-community/>

N

O

T

E

S

8. srečanje

Ukrepanje 3. del: Poskrbeti, da bo vaše sporočilo slišano, in iskanje zaveznikov





20-urni program
usposabljanja

**Aktivistične
mreže**

Aktivizem in diplomacija

Trajanje: 120 minut

Cilji

- razumeti razliko med aktivizmom na eni ter diplomacijo in zagovorništvo na drugi strani;
- seznaniti se s prednostmi in slabostmi aktivizma na eni ter diplomacije in zagovorništva na drugi strani;
- seznaniti se s pastmi polarizacije.

Opis:

Imate svojo kampanjo. Oblikovali ste svoje sporočilo. Veste, kako želite vplivati, vendar kako lahko uporabite svoja sporočila, da vas bo podprlo različno ciljno občinstvo? Kako formulirati svoja sporočila, kaj storiti, da boste slišani? Najti svoje mesto med drugimi kampanjami in poskrbeti, da boste ob vsem tem hrupu slišani, ni enostavno: naučiti se moramo, kako doseči preboj in sporočiti naše sporočilo. Naučiti se moramo, kako izraziti svoje sporočilo in kako ga ohranimo osredotočenega. Moramo biti slišani, vendar moramo hkrati povezovati in ne deliti ljudi.

N

O

T

E

S

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (35') Aktivizem proti diplomaciji in zagovorništvu

2.1 (10') Uvod

Razliko med zgornjimi pojmi je odlično pojasnila [Olivia Flavell](#)⁵¹ z Ameriškega inštituta za diplomacijo in človekove pravice:

»Aktivist je oseba, ki trdno verjame v politične ali družbene spremembe in sodeluje pri dejavnostih, kot so javni protesti, s čimer poskuša te spremembe uresničiti. Mladim se pogosto zdi precej manj strašljivo biti aktivist kot pa vstopiti v svet zagovorništva. Zakaj? Zagovorništvo se v primerjavi z aktivizmom predstavlja kot precej bolj prefinjena dejavnost in v nekem smislu je to res. Zagovornik javno podpira ali predlaga idejo, razvoj ali način, kako naj se nekaj naredi. Zato je zagovornika mogoče razumeti kot tistega, ki posluša, in tistega, ki ima specializirano znanje, medtem ko so aktivisti tisti, ki zganjajo hrup. Protesti, pohodi, dogodki, ki imajo učinek in pripravijo ljudi do tega, da poslušajo, pa če to želijo ali ne.

Zagovorniki so tisti, ki delajo »v okviru sistema«, kot je bilo omenjeno, so to ljudje, ki sodelujejo s politiki in poskušajo obravnavati probleme tako, da povabijo ljudi k udeležbi na bolj umirjen način. Kot tako zgovorno pravi Eva Lewis:

»Aktivisti govorijo. Zagovorniki pa poslušajo«.

Pri zagovorništvu se domneva, da lahko druge pogosto prepričamo, da je naš cilj vreden truda, tako, da jih poslušamo, jim povemo svoje stališče in sporazumno rešujemo nesoglasja.«

2.2 (15') Razlike ter prednosti in slabosti aktivizma in diplomacije (zagovorništva)

Eno zraven drugega postavite dve stojali z listi (ali uporabite belo šolsko ali spletno tablo). Na enem stojalu boste obravnavali aktivizem, na drugem pa diplomacijo in zagovorništvo. Lista na stojalih razdelite na dva stolpca, enega poimenujete »prednosti«, drugega »slabosti«. Če so udeleženci razdeljeni v skupine, jih lahko prosite, naj najprej sami razpravljajo o prednostih in slabostih teh pristopov. Če skupine še niso oblikovane, jih prosite, naj razpravo opravijo s svojimi sosedi po dva ali trije skupaj (ali pa v naključnih sobah, če srečanje poteka prek spleta). Nato naj vsi skupaj poročajo o svojih stališčih v zvezi s tem in jih napišejo.

51 <https://usidhr.org/activism-vs-advocacy/>



20-urni program
usposabljanja

Aktivistične
mreže

2.3 (10') Izhodišča: Polarizacija

Sami se lahko odločite, kako boste predstavili izhodišča tega srečanja, predlagamo pa vam dve uporabni možnosti:

- Udeležence razdelite v majhne skupine in vsaki skupini posredujte eno od spodnjih informacij, morda eno trditev. Nato naj minuto ali dve razpravljajo o njej in s svojimi besedami povedo, kako bi lahko opisali, kaj je polarizacija. Ker je to težje storiti, če srečanje poteka prek spleta, lahko uporabite tudi drugo možnost.
- Pojasnite pojem, kot bi ga razložili na predavanju, njegove najpomembnejše vidike pa napišite na liste, da jih lahko med razlago pokažete.
 - Kaj je polarizacija? Globoka družbena razklanost dveh ali več (ideološko) različnih skupin, ki lahko privede do sovraštva. Z drugimi besedami polarizacija pomeni, da ni zdrave in raznolike razprave.
 - Lahko bi na primer razpravljali o tem, zakaj je polarizacija problematična za podnebje? Mladinsko podnebno gibanje, ki ga je začela Greta Thunberg, in gibanje Extinction Rebellion sta zagotovo prispevali k temu, da so podnebni ukrepi zdaj visoko na politični agendi. Vendar sta tudi povečali polarizacijo v naših družbah, ker se je njuna prepoznavnost v medijih povečala. Zakaj je polarizacija torej problematična za podnebje? Podnebna kriza je kompleksno vprašanje. Razlog za to ni le kompleksna narava našega klimatskega sistema, ampak tudi kompleksni dejavniki, ki prispevajo k njemu. Zato potrebujemo raznolik dialog med ljudmi z različnimi ozadji, perspektivami in idejami. Na žalost je prostor za tak dialog zelo omejen in se zmanjšuje, medtem ko so podnebne pobude zelo homogene. Pri njih večinoma sodeluje dobro izobražena mestna mladina iz zahodne Evrope, medtem ko te pobude odvrčajo velik del družbe, na primer mladino s podeželja v državah srednje in vzhodne Evrope. Zato ni raznolikega dialoga, s katerim bi lahko rešili tako kompleksen problem, kot je podnebna kriza.

N

O

T

E

S

3. korak (20') Udeleženci naj govorijo o polarizaciji

Udeležence razdelite v majhne skupine. Vsak udeleženec ima 2–3 minute časa, da pove, kaj zanj pomeni polarizacija in ideološki mehurčki. Vprašajte jih, ali menijo, da je družba postala bolj polarizirana, in če je tako, naj pomislijo na primere polarizacije v krogu svojih prijateljev ali organizacij. Vprašajte jih, kako se odzovejo na situacije, v katerih je razprava zelo polarizirana. Kako polarizacija učinkuje na osebni, medosebni in družbeni ravni? Če se vam zdi primeren, lahko udeležencem kot pomoč predstavite spodnji diagram.

Udeleženci naj se ne pogovarjajo drug z drugim, ampak naj pustijo drug drugega govoriti in ga poslušajo. Ni pravih ali napačnih stališč, udeleženci se lahko preprosto prepustijo toku svojih misli.

Potem ko je vsak udeleženec predstavil svoje stališče, lahko sledi skupinska razprava (ni pa nujno).

OSEBNA RAVEN

KAKO SE KAŽE?

Imamo omejeno sposobnost razmišljanja zunaj okvirjev ter presegati naše običajne vzorce, misli in vedenje, zato se osebno-stno ne razvijamo.

MEDOSEBNA RAVEN

KAKO SE KAŽE?

Ne moremo vzpostavljati odnosov, smo družbeno razklani in smo sovražno naravnani.

ZAKAJ?

Zaradi pomanjkanja dialoga in tega, da nismo izpostavljeni drugačnim ideologijam, svet ves čas vidimo skozi očala „mi“ proti „njim“; razloga za to sta tudi stereotipiziranje in diskriminacija druzih skupin.

Polarizacija In Podnebna Kriza

DRUŽBENA RAVEN

KAKO SE KAŽE?

Ne najdemo smisla v skupnosti, ne moremo uvideti celostne slike realnosti in najti rešitev za družbene izzive, kot je podnebna kriza.

ZAKAJ?

Tehnološki razvoj, na primer družbeni mediji, še spodbujajo nastajanje ideoloških mehurčkov in vodijo v pomanjkanje dialoga.

4. korak (20') Premislek

Ko se udeleženci vrnejo v glavno sobo (če srečanje poteka prek spleta) ali so končali, lahko nekateri posamezniki predstavijo svoje stališče. Za tako predstavitev ni pravil in stališča ne morejo biti pravilna ali napačna. Ugotovili bomo, kaj so po našem mnenju polarizacija in ideološki mehurčki, kako vplivajo na nas in naše vedenje ter katere so naše predpostavke. Ta korak, če je mogoče, izvedite v krogu, lahko pa udeleženci govorijo v okviru predhodno oblikovanih skupin.

5. korak (20') Komunicirajte z udeleženci, s katerimi se ne strinjate, po načelu »sprejemam tvoje stališče in dodajam, da ...«

Udeležence razdelite v skupine s petimi do sedmimi člani in z njimi opravite vajo za soustvarjanje in sodelovanje, namesto da bi nasprotovali idejam drug drugega, ne da bi jih preučili. V dveh krogih bomo predstavili razliko med medsebojnim nasprotovanjem in medsebojnim sodelovanjem. Govoriti bo začel udeleženec, katerega ime je najprej po abecedi, drugi pa mu bodo sledili prav tako po abecednem vrstnem redu njihovih imen.

Eden od udeležencev bo začel s tem, da bo rekel »Mislim, da bi za rešitev podnebne krize morali ...«. Naslednji udeleženec bo odgovoril »Ne, tega ne želim storiti. Mislim, da bi morali«. Krog je končan, ko so do besede prišli vsi udeleženci.

Eden od udeležencev bo začel s tem, da bo rekel »Mislim, da bi za rešitev podnebne krize morali ...«. Naslednji udeleženec bo odgovoril »Da, mislim pa, da bi morali tudi ...«. Tako bo vsak udeleženec izpopolnil idejo udeleženca, ki je govoril pred njim. Ni treba ponoviti vseh idej, ki so bile predhodno omenjene, ampak jih je treba razvijati naprej.

Ko so vsi udeleženci povedali svoje stališče, naj skupaj povedo, kakšna se jim je zdela ta izkušnja. Vprašajte jih, kako so se počutili? Ali so opazili kaj zanimivega? Kakšno je njihovo mnenje o takem pristopu?

6. korak (15') Povzetek

- Upoštevajte poglavje »Povzetek« v Splošnih informacijah.

Priprava in gradiva

Na tem srečanju ne bomo potrebovali nobenih posebnih gradiv: stojala z listi, samolepilne listke, papir, flumastre ali enakovredne spletne pripomočke. V uvodu lahko iz izjave Olivie Flavel⁵² z Ameriškega inštituta za diplomacijo in človekove pravice preberete malce več o razliki med aktivizmom in zagovorništvom, poleg tega pa tudi članek z naslovom Spekter podpore⁵³, ki ga lahko vključite v svoj program, če se vam zdi, da spada vanj.

Nasvet za vodjo usposabljanja

- To srečanje je precej natrpano. Lahko ga preuredite ali časovno prilagodite. Čeprav je izmenjava med udeleženci pomembna, je morda pomembneje, da imajo dovolj časa za razmislek o taktiki in izbiri besed za interakcijo z ljudmi, s katerimi nimajo enakih stališč.
- K temu delu lahko pristopite na številne načine. Izberite način, ki vam ustreza. Lahko izberete igranje vlog v parih s hudičevimi odvetniki, pri čemer en udeleženec poskuša najti rešitev za to, kako bi spremenil mnenje drugega udeleženca, drugi udeleženec pa poskuša najti ovire, izgovore ali morda le laži, da bi diskreditiral prvega udeleženca. Udeležence lahko prosite, naj opravijo brainstorming glede možnih ovir in rešitev ali celo opravijo raziskavo v zvezi s svojimi odločevalci. Ne boste imeli časa za vse, zato se odločite, kaj boste uporabili in kaj boste morda dali za domačo nalogo. Če je vaš cilj motivirati udeležence, da resnično začnejo izvajati svojo kampanjo, je to odličen način za uresničitev tega cilja. Bolj poglobljeno bodo opravljali te vaje in več ovir bodo premagali, lažje bodo vizualizirali, kako narediti naslednje korake, in se počutili dovolj močne, da lahko to dejansko storijo, ko bo to v prihodnosti potrebno.

52 <https://usidhr.org/activism-vs-advocacy/>

53 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/spectrum-of-support/>

9. srečanje

Ukrepanje 4. del: Upravljanje kampanje





20-urni program
usposabljanja

**Aktivistične
mreže**

Sistemi, ki ohranjajo kampanjo živo

Trajanje: 120 minut

Cilji

- spoznati praktične vidike upravljanja kampanj;
- naučiti se, kaj sta spremljanje in vrednotenje ter kako ju dobro vključiti v svojo kampanjo.

Opis

Ko kampanjo enkrat začnete, jo morate nadaljevati. Naučite se, kako upravljati kampanjo – od financiranja do organizacije, upravljanja in logistike. Za kampanjo je potrebno veliko truda. Seznaniti se moramo z vsemi dejavnostmi, na katerih temelji kampanja.

N

O

T

E

S

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (35') V zakulisju aktivizma

- Udeležencem predstavite različna področja dela, ki jih morajo upoštevati, ko razmišljajo o oblikovanju kampanje:
 - načrtovanje nalog/dela,
 - zaposlovanje in vodenje ekipe (opišite različne vloge, ki morajo biti vključene v kampanjo/ljudje s posebnimi talenti);
 - komunikacija (navzven in interna),
 - logistika,
 - proračun/zbiranje sredstev,
 - prošnja za pomoč/mreženje (prijatelji in družina).
- Udeleženci naj v majhnih skupinah izberejo dve temi s seznama in se skupaj v skupini pogovorijo o tem, kaj je mišljeno s to temo, kako je povezana z aktivizmom, kaj so posebne naloge/dosežki/mejniki v okviru vsake teme, ki jih je treba upoštevati. Spodbudite jih, naj razmišljajo o kampanjah, ki so jih razvijali na 6. , 7. in 8. srečanju.
- Odgovore naj napišejo na stojalo z listi/virtualno tablo, da jih bodo videli tudi drugi.

3. korak (40') Predstavitev skupinskega dela in zagotavljanje kakovosti

Vsaka skupina naj predstavi svoje delo, drugi naj skrbno spremljajo predstavitev in na koncu dodajo, kar po njihovem mnenju v zvezi z določeno temo ni bilo povedano. Spodbudite udeležence k postavljanju vprašanj med predstavitvijo, če česa ne razumejo. Po potrebi pojasnite vsako temo, tako da nihče od udeležencev ne gre domov zbežan. Predvidite čas za vprašanja in odgovore, saj je ta dejavnost za številne udeležence morda zelo pomembna, če nimajo predhodnih izkušenj.

N

O

T

E

S

4. korak (20') Teoretična izhodišča za spremljanje in vrednotenje

Spremljanje in vrednotenje sta postopka za primerjavo vaših ukrepov s predhodno določenimi merili in je njun namen, da lahko izboljšate, spremenite ali prilagodite svoje ravnanje. Sta tesno povezana, vendar se nanašata na specifične dele vašega ukrepanja.

Kaj je spremljanje?

Spremljanje je rutinsko zbiranje in analiza informacij za sledenje napredku glede na načrte, ki so bili določeni, in za preverjanje skladnosti z uveljavljenimi standardi. Pomaga prepoznati trende in vzorce, prilagajati strategije in sprejemati bolj informirane odločitve na področju vodenja projekta/programa. Spremljanje je stalni proces različnega ocenjevanja.

Kaj je vrednotenje?

Vrednotiti pomeni prepoznati in razmišljati o učinkih narejenega ter oceniti njihovo vrednost. Ugotovitve na podlagi vrednotenja projektnim/programskim vodjem, upravičencem, partnerjem, donatorjem in drugim projektnim/programskim deležnikom omogočajo, da se učijo iz izkušenj in izboljšajo prihodnje intervencije. Vrednotenje se lahko opravi kadarkoli.

Spremljanje in vrednotenje – zakaj sta pomembna:

Dobro delujoč sistem spremljanja in vrednotenja je bistveni del dobrega projektnega/programskega vodenja in odgovornosti. Informacije, pridobljene s pravočasnim in zanesljivim spremljanjem in vrednotenjem:

- podpirajo izvajanje projektov/programov z natančnim poročanjem, ki temelji na dokazih, in omogočajo bolj informirano upravljanje in odločanje, ki usmerjata in izboljšujeta izvedbo projektov/programov;
- prispevajo k znanju organizacije in izmenjavi znanj tako, da omogočajo razmislek o izkušnjah in lekcijah ter njihovo izmenjavo, da lahko v celoti izkoristimo ugotovitve v zvezi s tem, kar počnemo in kako to počnemo;
- potrjujejo odgovornost in skladnost tako, da pokažejo, ali je bilo naše delo izvedeno, kot dogovorjeno ter v skladu z uveljavljenimi standardi in kakršnimikoli drugimi zahtevami donatorjev;
- omogočajo povratne informacije deležnikov, zlasti upravičencev, da prispevajo svoj vložek k našemu delu in ga komentirajo, kar oblikuje odprtost za kritike in pripravljenost za učenje iz izkušenj in prilagajanje spreminjajočim se potrebam;
- spodbujajo in slavijo naše delo tako, da poudarijo naše dosežke, dvigujejo moralo in prispevajo k mobilizaciji virov.

Primerjava spremljanja in vrednotenja

Glavna razlika med spremljanjem in vrednotenjem je v njunem časovnem načrtovanju in osredotočenosti ocene. Spremljanje poteka neprekinjeno in je osredotočeno na to, kar se dogaja. Vrednotenje pa se izvaja v določenih obdobjih, da se oceni, kako dobro se je nekaj zgodilo in kakšen je bil učinek tega dogajanja. Vodje običajno spremljajo podatke, da lahko izvajajo

tekoče projekte/programme, sledijo donosom, proračunom, zagotavljajo skladnost s postopki itd.. Namen vrednotenja je lahko tudi zagotoviti bolj informirano izvajanje (npr. vmesno vrednotenje), vendar so manj pogosta in se z njimi preučujejo večje spremembe (rezultati), ki jih je treba analizirati z bolj temeljitimi metodami; vrednotita se na primer učinek in pomembnost intervencije.

Poleg poznavanja razlik med njima pa je pomembno vedeti tudi, da sta spremljanje in vrednotenje neločljivo povezana; s spremljanjem običajno pridobimo podatke za vrednotenje, vanj pa so tudi vključeni elementi vrednotenja (ocene). S spremljanjem na primer lahko ugotovimo, da se je usposabljalno 200 občinskih koordinatorjev (kaj se je zgodilo), vendar lahko vključuje tudi teste (ocene) uspešnosti njihovega usposabljanja, ki se opravijo po usposabljanju. Pri vrednotenju se lahko uporabijo te informacije, pridobljene s spremljanjem, da se oceni učinek usposabljanja glede na splošni cilj ali spremembo, ki je bila cilj usposabljanja, npr. povečati uporabo kondomov in ali je to vplivalo na zmanjšanje prenosa okužb s HIV.

Metode spremljanja in vrednotenja

- 1. metoda: vprašalniki in ankete
- 2. metoda: ciljne skupine
- 3. metoda: prednosti, slabosti, priložnosti in grožnje (SWOT)
- 4. metoda: uresničene sanje ali vizioniranje
- 5. metoda: drama in igranje vlog
- 6. metoda: risanje (skic)
- 7. metoda: kolo (ali »pajkova mreža«) za spremljanje in vrednotenje

Kaj so kazalniki?

Kazalniki so smernice za merjenje rezultatov, ki se uporabljajo za oceno napredovanja projekta/dejavnosti. Kazalniki pokažejo, ali je bil načrtovan rezultat dosežen, in merijo spremembe pri projektnih dejavnostih. Lahko so kvantitativni (število, odstotni delež, razmerje) in kvalitativni (dejstvo, znanje).

- Kvantitativni kazalniki merijo količino ali vrednost razpoložljivih vložkov ali virov. Imajo numerično vrednost in merijo količino, npr.: število moških in žensk pri odločanju; višino dohodka na leto po spolu. Zato »količina« izraža numerično stanje, npr. število študentov, učiteljev, objektov ali učbenikov.
- Kvalitativni kazalniki kažejo učinek – večinoma mnenja, stališča, dožemanje in odnos ljudi do dane situacije ali subjektov. Njihov namen je izmeriti »kakovost« vložka, procesa in učinka programa. Pojem »kakovost« lahko pomeni različne stvari, odvisno od konteksta. Pomeni lahko npr. občutek dobrega počutja; uporabo informacij ali znanja v praksi; raven odprtosti; kakovost udeležbe; naravo dialoga; raven ozaveščenosti.

Načrt za spremljanje in vrednotenje

Načrt za spremljanje in vrednotenje je dokument, ki vam pomaga spremljati in ocenjevati rezultate intervencij med kampanjo. To je »živ« dokument, ki ga je treba redno pregledovati in posodabljati.

Spremljanje in vrednotenje med načrtovanjem projekta

1. Korak

Določite namene in cilje programa

2. Korak

Določite kazalnike

3. Korak

Določite metode za preverjanje podatkov in časovnico

4. Korak

Določite vloge in dolžnosti v okviru spremljanja in vrednotenja

5. Korak

Pripravite okvirni načrt za spremljanje in vrednotenje



20-urni program
usposabljanja

Aktivistične
mreže

5. korak (15') Povzetek

Udeleženci naj razmislijo, kaj bi bil lahko največji izziv pri upravljanju kampanje.

Priprava in gradiva

Dodatne informacije s področja spremljanja in vrednotenja najdete na teh povezavah:

- [Priročnik Evropskega mladinskega foruma o zagovorništvu](#)⁵⁴
- [Orodja za načrtovanje projektov na področju razvoja skupnosti](#)⁵⁵

Nasvet za vodjo(-e) usposabljanja

Poskusite uporabljati preproste besede in razlage, poenostavljajte. Zgornja izhodišča so za vas, pri čemer boste morda morali prebrati še več o tej temi, udeleženci pa morajo poznati le osnove.

54 <https://www.youthforum.org/files/220201-Advocacy-Toolkit.pdf>

55 <https://www.thegrassrootscollective.org/monitoring-evaluation-nonprofit>

N
O
T
E
S

10. srečanje

Kako naprej? Priprava na naslednje korake



(naslednji koraki)

Trajanje: 120 minut

Cilji

- povzeti glavna znanja, pridobljena na usposabljanju;
- načrtovati naslednje korake in poskrbeti, da bo znanje zaživel v praksi;
- oceniti usposabljanje in opraviti samooceno na podlagi znanja, pridobljenega med usposabljanjem.

Opis

Morate vztrajati, nadaljevati svojo kampanjo, se razvijati in rasti. Pomembno je, da razumete, kaj deluje, kdaj kaj spremeniti, kdaj se odzvati in kdaj zadeve razmisliti. Kampanje ne moremo nositi samo na svojih ramenih – ugotovite, kako bi lahko razširili svojo kampanjo, navdihnili druge in postali gonilo današnjih in prihodnjih sprememb. Na tem zadnjem srečanju bo tudi priložnost, da se ozremo nazaj na pridobljeno znanje, razumemo, kako se je znanje razvijalo in kako ga je mogoče uporabiti v prihodnosti.

Metodologija po korakih

1. korak (10') Uvod in vzpostavitev stika z udeleženci

2. korak (10') Povzetek celotnega usposabljanja – glavni dosežki in znanja

Prpravite povzetek celotnega programa usposabljanja in spomnite udeležence na njegov glavni cilj in rezultate učenja.

Vsak posamezni udeleženec naj si vzame čas za razmislek o glavnih znanjih, pridobljenih na usposabljanju, in jih napiše na samolepilni listek ter ga prilepi na belo šolsko tablo (ali virtualno tablo, če srečanje poteka prek spleta). Potem ko so vsi vsak zase že razmislili o tem, naj vodja usposabljanja preveri, ali so kakšna pridobljena znanja navedena večkrat, in povzame celoten potek usposabljanja ter poudari glavne dosežke.

N

O

T

E

S

3. korak (20') Načrtujte svoje naslednje korake

3.1 (10') Individualno delo

Udeleženci naj na samolepilne listke napišejo, kateri bi bili lahko njihovi trije naslednji koraki, s katerimi bi uporabili, kar so se naučili na usposabljanju in ki bi ohranili njihovo kampanjo »živó«.

3.2 (10') Predstavitve v skupini

Udeležence povabite, naj predstavijo svoje naslednje korake. Ni treba, da jih predstavi prav vsak udeleženec, javijo naj se prostovoljci, ki so zapisano pripravljene izmenjati z drugimi in jih motivirati.

4. korak (25') Kaj veste o aktivizmu?

- obrazec za samooceno (2. del);
- najbolje bi bilo prevesti vprašanja v jezik, v katerem poteka usposabljanje, in za zbiranje odgovorov uporabiti [Google obrazec](#)⁵⁶ (ali podoben obrazec), da bi se lahko odgovori primerjali z odgovori končne samoocene, ki se bo opravila na desetem srečanju, in da bi se lahko dokumentirali v digitalni obliki.

Vprašanja za samooceno

Odgovorite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni, da nekaj za vas velja v najmanjšem možnem obsegu, 5 pa, da nekaj za vas velja v največjem možnem obsegu.

- Vem, kaj je aktivizem.
- Sem aktivni član/aktivna članica družbe.
- Vem, katere so moje vrednote in katere teme so zame pomembne.
- Vem, kaj pomeni »deležnik« in znam določiti, kdo so deležniki v moji skupnosti.
- Znam poskrbeti za svoje potrebe in potrebe skupine, s katero sodelujem.
- Vem, da obstajajo različne taktike za vodenje kampanj.
- Vem, da je za oblikovanje kampanje potrebno veliko časa.
- Znam prepoznati dobro sporočilo, ki me bo motiviralo za ukrepanje.
- Vem, kaj pomeni polarizacija.
- Vem, da imajo lahko ljudje pri upravljanju kampanj različne vloge.
- Motiviran sem za to, da bi dosegel kakšno spremembo v moji skupnosti.
- Točno vem, kaj pomeni aktivizem.
- Znam oblikovati kampanje skupaj z drugimi podporniki.

56 <https://www.google.com/forms/about/>

5. korak (20') Ocena usposabljanja

Ocena se lahko opravi pisno ali ustno in naj vključuje najpomembnejše vidike, npr. učenje, kakovost vsebine, dinamiko v skupini, komunikacijo itd..

Izberite eno od različnih možnosti za oceno usposabljanja in si ne pozabite zapisati njenih rezultatov, če boste morda morali pripraviti poročilo o usposabljanju.

Pisna ocena

Pripravite obrazec ali papir na stojalu z listi in napišite različna vprašanja, odgovore na katera si želite pridobiti:

- Katere vaje ali srečanja so vam bila še posebej všeč in katera bi izpustili ter zakaj?
- Kako verjetno je, da boste, kar ste se naučili, uporabili v vsakdanjem življenju?
- Kaj točno boste uporabili v vsakdanjem življenju?
- Kako vam je bila všeč dinamika v skupini?
- Katere so tri glavne lekcije, ki ste se jih naučili na usposabljanju?
- Kaj se vam je zdelo najmanj uporabno?
- Kaj menite o pripravi usposabljanja in komunikaciji na usposabljanju?

Barometer mnenj

Uporabite lahko enaka vprašanja ali pa dodate nova; napišite plus in minus na dva papirja; papirja postavite v nasprotna kota sobe in naročite udeležencem, naj se glede na to, kako so odgovorili, pozicionirajo na namišljeni črti med plusom in minusom; bližje ko se pozicionirajo plusu, bolj so povsem zadovoljni; če se pozicionirajo med plusom in minusom, to pomeni, da so srednje zadovoljni; bližje ko pa se pozicionirajo minusu, bolj so nezadovoljni. Udeleženci, ki imajo različna mnenja, naj komentirajo svoje pozicije na listih. Če kdo ne želi komentirati svoje pozicije, je to povsem v redu.

6. korak (20') NEOBVEZNO – Vzpostavite sistem navez

Udeležence vprašajte, ali so pripravljeni sodelovati v sistemu navez. To pomeni, da gredo, ko bodo začeli izvajati naslednje tri korake v zvezi s konkretno idejo (kampanjo), ki bi jo radi izvedli, s svojim kolegom na kavo/čaj, da bi mu predstavili idejo in od njega dobili odkrite povratne informacije ter sveže ideje.

7. korak (15') Zaključek in povzetek

Zdaj je čas za kratek motivacijski zaključek programa usposabljanja, pri katerem spomnite udeležence, da morajo verjeti, da so spremembe možne, in biti aktivni člani svoje skupnosti.

- spomnite jih, kaj je bilo narejenega na teh desetih srečanjih;
- povedo/natipkajo naj eno besedo v zvezi s tem, kakšno se jim je zdelo usposabljanje;
- motivirajte jih za ukrepanje/sodelovanje pri kateri od obstoječih kampanj.

N

O

T

E

S



20-urni program
usposabljanja

Aktivistične
mreže

Priprava in gradiva

Za to srečanje potrebujemo samolepilne listke in belo šolsko tablo ali virtualno tablo, če srečanje poteka prek spleta.

Nasvet za vodjo usposabljanja

Vzpostavitev sistema navez ni obvezna, namenjena je medsebojni kolegialni podpori, če se vam zdi, da je to primerno.



N

O

T

E

S



20-urni program
usposabljanja

**Aktivistične
mreže**

**Skeniraj za ogled
dodatnih gradiv**



Sledite tej povezavi za dostop do dodatnih gradiv:

<https://drive.google.com/drive/folders/1nWoGvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

