

ОТПОР! Документа



ПРИРУЧНИК

ЗА РАД СА АКТИВИСТИМА

СРБИЈА, 02.06.2000.

SADRŽAJ

Strana

Ciklus rada sa aktivistima	2
Cilj	3
Podciljevi	3
Plan	3
Struktura	3
Regrutovanje	3
Rad sa regrutima – Od uvodnog razgovora do uključivanja u grupe	4
Razgovor (uvodna edukacija)	4
Raspoređivanje i objašnjavanje	5
Odabir	7
Obuka	8
Političko-akciona obuka	11
Marketing služba	13
Press služba	15
Univerzitet	17
Srednje škole	19
Grupa za spoljnu podršku	22
Šema OBUKA za regrute	23
Edukacija (EDU) i Training of trainers (TOT)	24
Obuka trenera “Kako se drže predavanja”	26
Formiranje grupa od obučениh regruta	30
Saradnja grupa – stvaranje štaba i efikasnog tima	31
Motivacija	32
Odavanje priznanja	33
Nagrađivanje aktivista	33
Nadgledanje	35
Podrška i nadgledanje aktivista	35
Odnos između aktivista i organizacije	35
Procena učinjenog	37
Treneri – analiza ciklusa	37
Prilog – 1	38
Prilog – 2	39
SWOT analiza (Message box)	40
Razlozi	42
Zašto se ljudi priključuju grupama	42
Šta grupe čini privlačnim	42
Dvadeset razloga da budemo aktivisti	42
Razlozi zbog kojih aktivisti odlaze	43
Ciklus zadržavanja aktivista	

CIKLUS RADA SA AKTIVISTIMA

Cilj / Podciljevi

Plan / Struktura

Regrutovanje

Razgovor / Raspoređivanje / Objašnjavanje

Odabir / Obuka

Motivacija / Odavanje priznanja / Nadgledanje

Procena učinjenog

Razlozi

CILJ

Aktivan rad sa najvećim resursom OTPORa – mladim i motivisanim ljudima. Povećanje broja aktivista i njihova konstantna obuka u novim veštinama. Pravljenje ozbiljne organizacije na svim nivoima od mladih i osposobljenih motivisanih ljudi.

PODCILJEVI

Trening tima trenera.

Pravljenje plana rada sa „starim“ (ranije regrutovanim) i „novim“ aktivistima.

Ciklus opšte obuke i posebnih obuka za grupe.

Pojačavanje grupa.

Širenje edukativnog programa na lokalne organizacije.

Konstantan rad sa aktivistima na nivou Srbije.

PLAN

Napraviti precizan plan obuke trenera, njihovih početnih aktivnosti na obuci starih i novih aktivista.

Postaviti grupe aktivista sa kojima će se raditi obuka po kriterijumu ličnih zaduženja trenera.

Zakazati sastanke i pratiti razvoj odabranih grupa „novih“ i „starih“ aktivista. U skladu sa mesečnim planom pratiti i ocenjivati rezultate.

STRUKTURA

Edukacioni (EDU) program se bazira na grupama trenera koji pokrivaju određene oblasti aktivnosti. Svaka grupa trenera vodi računa o edukaciji ljudi za određenu aktivnost. Svi treneri zajedno vode računa o prvom kontaktu i bazičnoj edukaciji aktivista koji prolaze obuku, baš kao što su osnovna znanja o OTPORu dostupna svim novim aktivistima, a buduća pripadnost grupama zavisi od odluke aktivista nakon inicijalnog sastanka. Struktura edukacije na taj način prati strukturu organizacije.

REGRUTOVANJE

Napraviti detaljan plan potreba OTPORa za novim regrutima i pristupiti povećanju njihovog broja. Potencijalni izvori novih regruta su:

- Postojeći regruti koji regrutuju ljude iz svog okruženja,
- Javne akcije na kojima se komunicira sa okupljenima,
- Namenski skupovi određeni za promociju ideje OTPORa na kojima se ljudi odlučuju da nam pristupe (promocije na fakultetima ili kampanja „od vrata do vrata“),
- Mediji (pozivni plakati, leci džinglovi i TV spotovi),
- Javni nastupi (na kojima naši predstavnici ostavljaju kontakt adresu ili broj telefona za potencijalno zainteresovane),
- Javne ličnosti koje nas podržavaju a sa kojima se obični ljudi identifikuju,
- Lokalno značajni centri komunikacije (samousluge, šalteri...) na kojima imamo simpatizere,
- Prostorije OTPORa,
- Internet.

*Osim analize potreba na ovim „opštim“ izvorima, potrebno je definisati i mesta gde imamo „nedovoljno“ aktivista (pojedine fakultete, mesta u Srbiji) prema kojima se onda ciljano nastupa uz pomoć aktivista sa drugih pozicija (fakulteta, gradova u kojima imamo dosta aktivista i sl).

Posebnu pažnju treba posvetiti grupi „uglednih“ ličnosti čije ime pomenuto u kontekstu OTPORa stvara poseban imidž (profesori, glumci, sportisti, stručnjaci u raznim oblastima, lokalni lideri predstavnici Crkve i slično).

ZAPAMTI !!!

- **Svaki aktivista koji je željan da uloži deo vremena i energije u ideju je značajan.**
- **Nikog ne smemo da izgubimo zato što se nismo dovoljno potrudili.**
- **Aktivisti vide OTPOR kroz trenere i edukatore i zato je njihovo ponašanje ključno za naš imidž.**

RAD SA REGRUTIMA

Od uvodnog razgovora do uključivanja u grupe

Od trenutka prvog kontakta sa OTPORom svaki novi regrut za nas je vredan truda. Ciklus rada sa regrutima počinje uvodnim razgovorom (šta je OTPOR) a završava se njegovom obukom za specifičnu grupu (Marketing, Press, Univerzitet...). Taj proces sadrži sledećih 5 faza:

1. Razgovor
2. Raspoređivanje
3. Objašnjavanje
4. Odabiranje
5. Obuka

Faze od 1 do 4 obavezno se sprovode za sve regrute. Faza OBUKA za posebne grupe odnosi se na regrute koji su pokazali, po mišljenju trenera dovoljan stepen interesovanja i neophodnih sposobnosti da bi bili uključeni u infrastrukturu grupa.

RAZGOVOR (uvodna edukacija)

RAZGOVOR je sastanak sa grupom novih (ili ranije nekontaktiranih) regruta u fiksnim terminima. Trener zove regrute sa spiska regrutnica ili regruta učlanjenih preko interneta. Idealno je pozvati 12-15 ljudi dva dana pre termina sastanka da bi se na njemu pojavila grupa 4-10 ljudi (što je idealna veličina grupe za sastanak). Na početku sastanka trener se predstavlja i objašnjava da OTPOR vodi računa o svakom novom regrutu i da je njihovo upoznavanje sa programom i planom ključno jer OTPOR nema hijerarhiju i organe, ni opštinske odbore, pa je jedini način da funkcioniše da SVI aktivisti znaju ciljeve i zadatke odmah na početku. Treba takođe istaći razliku između ČLANA (osobe koja se vodi na papiru) i AKTIVISTE (osobe spremne da uloži u ideju nešto svog vremena i energije).

Zatim sledi:

- Predstavljanje novih regruta da bi se upoznali.
- Govor trenera od 15-tak minuta
(OTPOR kao pokret, šema PROGRAM – LJUDI – AKCIJA, značaj aktivnosti u OTPORu).
- Kraći dijalog sa regrutima kojim se razbija eventualna monotonija.
- Prelazak na CILJEVE OTPORA
(3 faze u delovanju, preko GOTV do druge političke generacije u Srbiji).
- Pitanja regruta i odgovori na njih
(Kako mislimo to da izvedemo, zašto je to važno... i druga uobičajena pitanja).

VAŽNE NAPOMENE:

1. ODNOS treba da bude prijateljski, ali uz dozu autoriteta.
2. PITANJA mogu da slede bilo kada, čak iako regrut prekine trenera.
3. NEMA RASPRAVE trener-regrut. Na svako pitanje (makar i provokaciju) odgovara se mirno i ubedljivo (zbog čega se od trenera očekuje da dobro prouči MANIFEST i PITANJA-ODGOVORI).
4. Ako dođe do rasprave između regruta pustiti ih par minuta, a zatim u formi zaključka razrešiti njihovu dilemu i nastaviti po planu.

U RAZGOVORU OBAVEZNO ISTAĆI:

- OTPOR nije stranka ni studentska organizacija,
- Da je opozicija bila dobra ne bi bilo potrebe da OTPOR postoji,
- Mi imamo plan,
- OTPOR je dugoročan posao za celu generaciju,
- Od aktiviste se mnogo očekuje (ti si nam potreban),

- Uvek kaži pokojnu lepu reč za ostale OTPORAše koje su novi regruti u prilici da vide u prostorijama (ovaj ovde je Joca i on će vas mučiti sledeće nedelje ako se odlučite za marketing. On je sjajan momak ali će mnogo zahtevati od vas...),
- Stavi im do znanja da je ovo samo početak obuke i da prave stvari tek dolaze (motivisi ih da rade na sebi rečima: „naš protivnik i naš posao su ozbiljni. Mi im moramo pristupiti organizovano i dobro pripremljeni. Zato je trening važna stvar, ali to niko u Srbiji osim nas ne radi. Zato stranke imaju takav rezultat kakav imaju, a OTPOR je za godinu i po stigao do 76 mesta i 5000 ljudi“).

NE ZABORAVI:

Posmatraj svakog čoveka kao DRAGOVEN IZVOR RADA I IDEJA.

KRITERIJUM RADNIH SATI: ako trener provede dva sata sa grupom od deset aktivista to je dva korisna sata za OTPOR. Ako trener proizvede efekat u kome svaki od tih deset aktivista provede samo po pola sata (npr. deleći materijal koji je dobio od trenera) to je PET KORISNIH SATI ZA OTPOR. Ako neki od novih regruta regrutuje prijatelja ili u kasnijoj edukaciji pristupi nekoj od grupa trenerov trud se stotruko isplatio. IDEJE I POLITIČKI AKTIVIZAM (adrenalin) su kičma OTPORa.

MATERIJAL I REGRUTNICE uvek se dele na kraju sastanka.

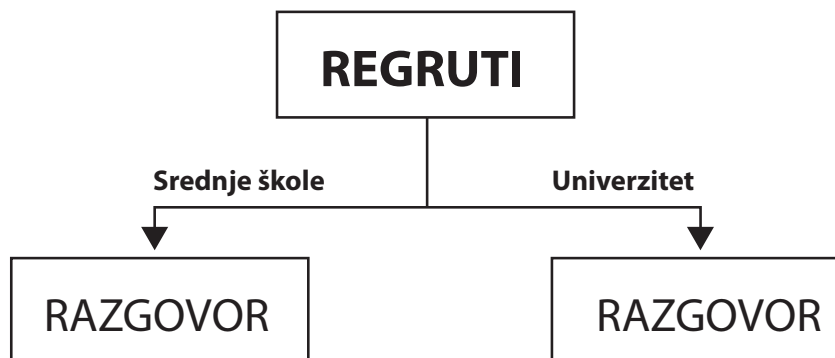
RASPOREĐIVANJE I OBJAŠNJAVANJE

Sada je vreme da ispitamo za koju vrstu rada su zainteresovani aktivisti. Između njihovih **želja** sa jedne strane (svima uvek zvuči privlačno Marketing) i njihovih **sposobnosti** (da li su baš svi zreli da predstavljaju OTPOR u medijima) i **naših potreba** (uvek vodi računa o tome da ti trebaju ljudi za terenski rad, dakle univerzitet ili srednje škole) treba naći idealan i naizgled nepristrasan balans.

Zato svaki aktivista:

- Treba da popuni pristupnu karticu.
- Treba da dobije objašnjenje o radu svake grupe.
- Treba da bude svestan da ga do svake grupe vodi još serija treninga.
- Treba da bude privučen upravo onom grupom koju će mu kasnije na osnovu odabira trener verovatno dodeliti.

PRISTUPNA KARTICA sadrži podatke neophodne trening timu za dalji rad sa regrutima i izgleda kao formular koji sadrži:



Datum i vreme edukacije _____

Ime i prezime _____

Adresa (u Beogradu, u mestu odakle si) _____

Fakultet/Srednja škola _____

Broj telefona _____

(posao)

(kuća)

E-mail adresa _____

Moguće aktivnosti (+ ili -)

Rad na fakultetu _____

srednjoj školi _____

Kreiranje i izvođenje akcija _____

Telefoniranje _____

Kancelarijski rad _____

Kompjuteri _____

Nevladine organizacije _____

Rad sa centrima u Srbiji _____

Podela materijala _____

Javne ličnosti _____

Rad sa medijima _____

Rad sa aktivistima _____

Pozivanje birača na glasanje _____

Ostalo _____

Posebne sposobnosti i veštine:

Kucanje _____

Grafički dizajn _____

Fotografisanje _____

Jezici (navedite koji) _____

Kompjuteri (navesti programe) _____

Vozačka dozvola _____

Automobil _____

Ostalo _____

Vreme koje ti najviše odgovara:

Ponedeljak _____

Petak _____

Pre podne _____

Utorak _____

Subota _____

Popodne _____

Sreda _____

Nedelja _____

Uveče _____

Četvrtak _____

NAPOMENA:

Nakon popunjavanja kartice i objašnjenja o postojećim grupama aktivistima se uz ljubazan pozdrav predoči da se njihov trening nastavlja naredne nedelje, i da će ih trener pozvati na sledeći sastanak.

UKOLIKO su obuke za Univerzitet i Srednje škole već fiksirane, regruti se imaju obavestiti o tom terminu (mada ih zaduženi trener svejedno zove i telefonom)

NAKON što aktivisti odu (sa džepovima punim materijala) trener ODMAH obrađuje kartice i to:

UPOREĐUJUĆI podatke sa kartice sa postojećim regrutnicama (mnogo ljudi ostavlja na regrutnicama nepotpune podatke, ili dođe na prvi sastanak bez da su uopšte popunili regrutnicu).

UPISUJUĆI na poledinu kartice PRIMEDBU za svakog regruta (koju vrstu aktivnosti preferira, da li se treneru čini da je to realno, koja posebna znanja i veštine ima, da li radi u nekoj korisnoj firmi ili je sa fakulteta-iz grada gde nam nedostaju aktivisti, da li je ponudio neke posebne usluge, da li je dobar govornik ili upućen u politiku i sl).

VODEĆI sopstvenu evidenciju o datumu i imenima na sastanku.

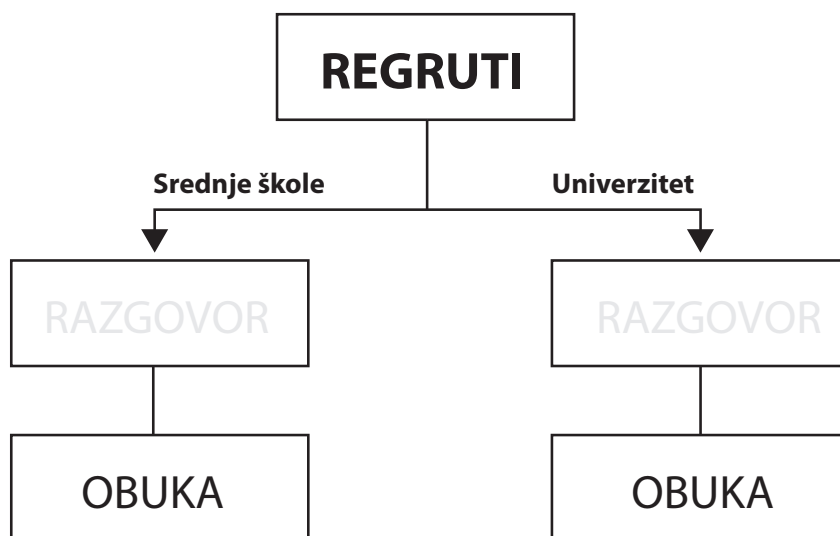
ODABIR

Analiza pristupnih kartica i utiska trenera tema je sledećeg sastanka tima za edukaciju. Tu se ukrštaju iskustva o napredovanju obuke za svakog aktivistu primenjujući sledeći postupak:

- Marketing i Press – upućuju se samo regruti koji su izrazili želju uz povoljnu preporuku trenera. Treneri za pres i marketing tada ih pozivaju na obuku.
- Univerzitet i Srednje škole – svi koji su izrazili želju i većina koja je delovala neopredeljeno.
- GSP – svi koji su u karticu uneli "rad sa poznatim ličnostima" ili poznavanje kompjutera.
- RECYCLE BIN – za nezainteresovane i očigledno zalutale.

ZAPAMTI !!!

Treba voditi računa o potrebama OTPORa, ali i o vremenu aktivista. Treba pokušati da se trening sprovede na svim aktivistima, ali oni koji ne dolaze na obuke ne smeju usporavati ostale.



OBUKA

Proces edukacije sastoji se iz sledećih celina:

1. Uvodno političko predavanje
2. Predavanje po službama
3. Obučavanje trenera – političko
4. Obučavanje trenera – kako se drže predavanja

1. Uvodno političko predavanje

Predavač(i) – ime(na) predavača

Dinamika – dva puta nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata),
(npr. četvrtak i nedelja od 17:00-19:00)

Grupa – max aktivista

Tema – uvodno političko predavanje "Sve što ste hteli da znate o OTPORu a niste imali gde da pitate"

Materijal – 10 laži o OTPORu, propagandni materijal (akcija "aktivisti dele..."), film "War room"

Na osnovu ovog predavanja aktivisti se opredeljuju za rad u pojedinim službama – press, marketing, mreža, univerzitet, srednje škole.... Zakazuje se naredni čas po grupama.

Baza podataka:

Regrutnice – popunjene regrutnice se razvrstavaju po izraženim željama za rad u pojedinim službama

Predavanju bi trebalo da prisustvuju, pored glavnog predavača, i ljudi koji drže predavanja po službama radi ostvarivanja kontakta i zakazivanja narednih časova.

2. Predavanja po službama

a) Press

Predavač(i) – ime(na) predavača

Dinamika – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)

Grupa – max 5-7 aktivista

Tema 1 – Pravila rada službe, Press kliping, baze podataka, arhive,

Tema 2 – Saopštenja (teorija + vežba – napisati saopštenje na zadatu temu)

Tema 3 – Izjave (teorija + vežba – davanje izjava za radio)

Tema 4,5 – Javni nastup (teorija + vežba – tribina, miting, javni nastup na TV, TV duel)

Materijal – Šta čini vest, primeri saopštenja, izjava, video snimci (film "War room" -segmenti), press kliping, message box

Potrebna sredstva – kasetofon, kasetna, kamera, TV, video rekorder, video kasetna

b) Marketing

Predavač(i) – ime(na) predavača

Dinamika – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)

Grupa – max 5-7 aktivista

Tema 1 – Pravila rada službe, segmenti rada, baze podataka, arhive, KP

Tema 2 – Dizajn (teorija + vežba)

Tema 3 – Akcija (teorija + vežba)

Materijal - plakati, leci, (film "War room" -segmenti),

Potrebna sredstva – TV, video rekorder

c) Univerzitet**Predavač(i)** – ime(na) predavača**Dinamika** – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)**Grupa** – max 10 aktivista**Tema 1** – Pravila rada službe, segmenti rada, baze podataka, arhive, KP**Tema 2** – Univerzitet (teorija + praksa)**Materijal** -**Potrebna sredstva** –**d) Srednje škole****Predavač(i)** – ime(na) predavača**Dinamika** – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)**Grupa** – max 10 aktivista**Tema 1** – Pravila rada službe, segmenti rada, baze podataka, arhive, KP**Tema 2** – Univerzitet (teorija + praksa)**Materijal** -**Potrebna sredstva** –**e) Mreža****Predavač(i)** – ime(na) predavača**Dinamika** – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)**Grupa** – max 5 aktivista**Tema 1** – Pravila rada službe, segmenti rada, baze podataka, arhive, KP**Tema 2** –**Materijal** -**Potrebna sredstva** –**f) Kampanja GOTV (Get Out the Vote)****Predavač(i)** – ime(na) predavača**Dinamika** – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)**Grupa** – max 10 aktivista**Tema 1** – Priprema za GOTV**Tema 2** – rad na kampanji GOTV**Materijal** -**Potrebna sredstva** –**g) Kampanja Door to Door & Telefonska kampanja****Predavač(i)** – ime(na) predavača**Dinamika** – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)**Grupa** – max 10 aktivista**Tema 1** – zašto je potrebno raditi kampanju Door to door (teorija + vežba Igra uloga)**Materijal** - Dijalog lista, primeri anketa, list evidencije, propagandni materijal**Potrebna sredstva** –**3. Obučavanje trenera – političko****Predavač(i)** – ime(na) predavača**Dinamika** – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)**Grupa** – max 8-10 potencijalnih trenera**Tema 1** – Motivacioni govor, komunikacija, prava i odgovornosti, politički stavovi OTPORa,**Materijal** -**Potrebna sredstva** –

4. Obučavanje trenera – kako se drže predavanja

Predavač(i) – ime(na) predavača

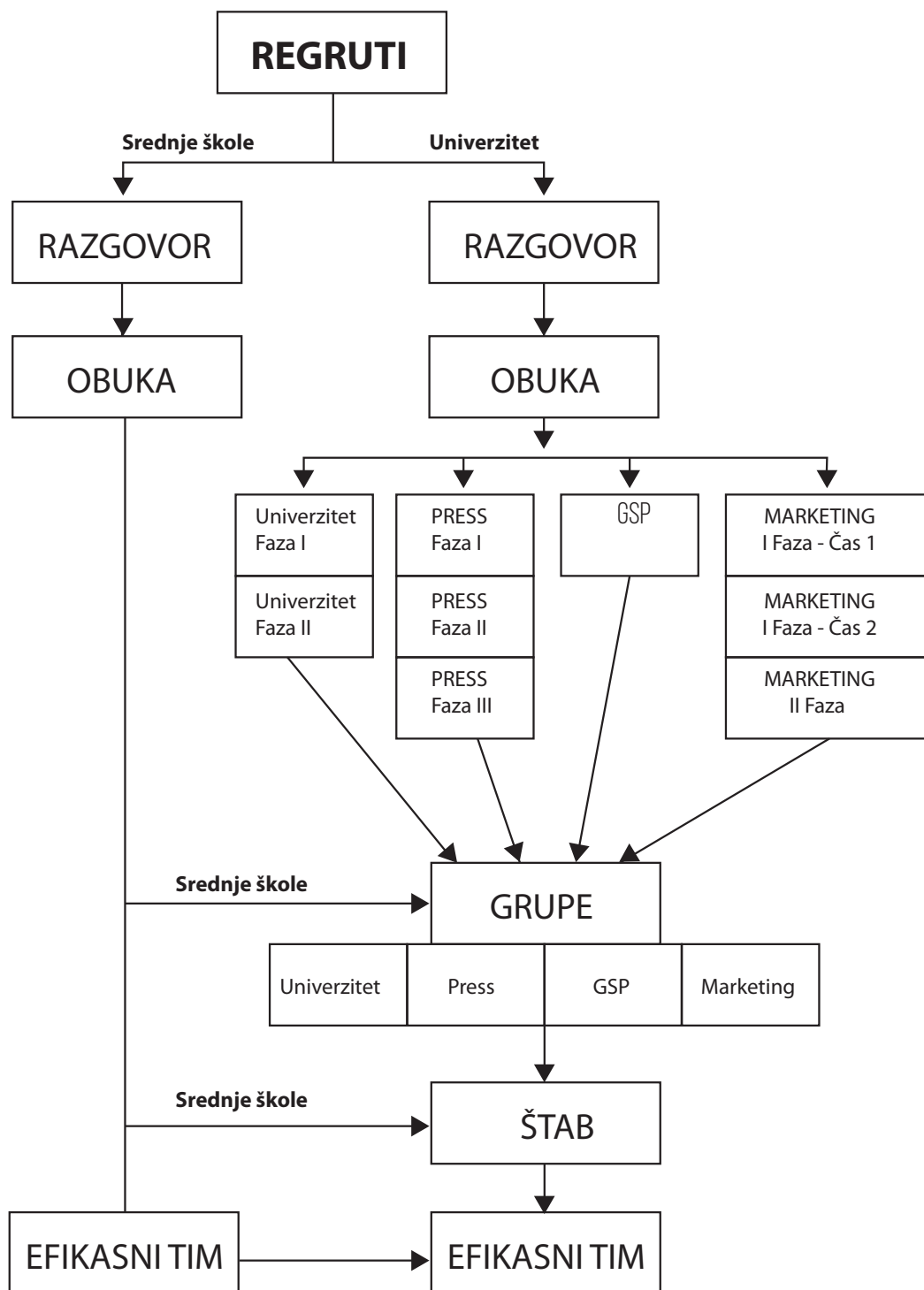
Dinamika – jedanput nedeljno/grupi, dan _____, vreme _____ (2 sata)

Grupa – max 5 aktivista

Tema 1 – zašto su potrebni treneri, motivacioni govor, način komunikacije sa grupom, planiranje treninga, izveštaji, KP,

Materijal - KP, message box

Potrebna sredstva –



Šema – OBUKA za regrute

OBUKA – Političko – akciona obuka

Šta čini politički subjekt (stranku ili organizaciju)?

Tri aspekta: **PROGRAM** (u kome su sadržani ciljevi rada organizacije), **LJUDI** (aktivni u organizaciji) i **AKCIJA** (kao proizvod napora ljudi da ostvare program).

1. **PROGRAM OTPOR!a** – programska načela OTPOR!a sadržana su u Deklaraciji za budućnost Srbije, koju su polovinom septembra meseca sastavili članovi Saveta OTPOR!a (37 uglednih ličnosti), a kao programsko načelo usvojilo 11 studentskih organizacija iz cele Srbije. Osnovni sadržaj Deklaracije su zahtev za odlazak Miloševića sa vlasti, raspisivanje fer izbora i obaveza organizacije (ili pojedinaca) koji potpišu Deklaraciju da na Miloševićevim lažnim izborima neće učestvovati. Posebna pažnja u Deklaraciji posvećena je ukidanju represivnih mera, pre svega Zakona o Univerzitetu.
2. **LJUDI** – organizacija se poznaje po ljudima koji je predstavljaju. U OTPOR!u osim aktivista (studenti iz svih univerzitetskih centara, aktivisti u gradovima Srbije), postoje i članovi saveta OTPOR!a, među kojima osim brojnih profesora Univerziteta, kao promoteri ideje figuriraju i javne ličnosti (Dragoslav Avramović, Milan St. Protić, Sergej Trifunović....)
3. **AKCIJA** - kao prost zbir u formuli PROGRAM + LJUDI predstavlja na neki način suštinu postojanja OTPOR!a, sama ideja (i simbol stisnuta pesnica) upućuje na to da se što veći broj ljudi navede da LIČNO pruži OTPOR svima onima koji mu ne daju da normalno živi. Obaveza aktivista OTPOR!a (a to znači AKCIJA) je da mu u tome daju primer. Snaga ličnog primera predstavlja najjaču motivacionu kapislu za većinu ljudi. Zato se oba tipa akcija OTPOR!a, a to su:
 - Medijske akcije – cilj je delovanje preko mas medija, i
 - Akcije na terenu – cilj je neposredno delovanje na ljude

rade preko svega kao pokazne vežbe. To praktično znači da OTPOR!aši rade ono što bi većina ljudi želela da radi (kaže), ali se ne usuđuje. Poseban rejting OTPOR ima i zbog ove akcione osobine.

OSNOVNI POSTULAT: Ne pričaj – akcijaj, koji je OTPOR dosledno upražnjavao od svog nastanka doveo je do jedinstvene pozicije OTPOR!a kao političkog subjekta, koji građani ne doživljavaju ni kao stranku, ni kao studentsku organizaciju.

PREDNOSTI (SNAGA) OTPOR!a su:

- Studentski background, u koji građani imaju sve više poverenja, nego u stranački ili sindikalni,
- Prepoznatljiv simbol (stisnuta pesnica koja odgovara raspoloženju većine ljudi)
- Jasna pozicija (OTPOR kao apsolutni protivnik režima i zla koji on nosi sa sobom)
- Prodornost i efikasnost

SLABOSTI OTPOR!a (trenutne) su nedovoljna masovnost i slaba infrastruktura na Univerzitetu (dok je teritorijalno grananje po Srbiji već pristojno razvijeno), i na njihovom otklanjanju valja neprestano raditi.

CILJ OTPOR!a jeste jasna planska i efikasna aktivnost podeljena u dve faze.

Prva faza – obuhvata period do raspisivanja eventualnih izbora i podrazumeva:

- Snažnu motivacionu kampanju usmerenu protiv režima
- Izgradnju solidne infrastrukture (na terenu i po fakultetima)

Zauzimanje strateške političke pozicije (protiv režima i uz nenapadanje sa opozicijom)

Druga faza – obuhvata izbornu kampanju i same izbore i u njoj OTPOR želi da pokuša nešto što u Srbiji niko do sada nikada nije radio, a to je široka i masovna kampanja IZLAZNOST NA IZBORE (Get Out the Vote – GOTV)

Treća faza – nakon promene koje su u Srbiji neizbežne OTPOR će nastaviti da radi na **afirmaciji druge političke (ili prementalne) generacije u Srbiji**, budući da je to pravo i obaveza pre svega naše generacije. Da li će to biti u formi stranke, kulturnog poretka ili organizovane grupe prijatelja, odlučiće sami OTPOR!aši u tom trenutku. Sa Miloševićevom erom mora se završiti i neevropski ruralni i izolacionistički način gledanja na stvari.

Dodatak – Pet najvećih laži o OTPOR!u

1. **OTPOR je studentska organizacija – netačno.** OTPOR je ideja koju su prihvatile sve relativne studentske organizacije u Srbiji.
2. **OTPOR je stranka – netačno,** jer su stranke registrovane organizacije koje se bore za vlast. OTPOR nije registrovan i njegovi ciljevi su jasni. Osim toga stranke imaju lidere, a OTPOR ima IDEJU
3. **OTPOR finansiraju NATO mentori – netačno.** OTPOR se finansira isključivo dobrom voljom NAŠIH LJUDI, iz zmelje, ali i iz inostranstva, preko Veća za Demokratske promene (najveće udruženje Srba u dijaspori). Ko ima problem zbog takvog finansiranja jednostavno je previše gledao RTS.
4. **OTPOR! postoji u krugu „dvojke“ – netačno.** OTPOR trenutno raspolaže infrastrukturom u 16 gradova u Srbiji i ubrzano se širi (za sad je u 75 gradova u Srbiji održana akcija).
5. **OTPOR je ispostava Saveza za promene ili SPO-a – netačno.** U OTPOR!u rade ljudi koji nisu u strankama, zajedno sa nekim ljudima (kojih u OTPOR!u ima iz apsolutno svih opozicionih stranaka DS, SPO, GSS, DHSS..... U regrutnici OTPORa jasno se vidi da je ideja dovoljna široka za sve... jer je moguće biti član bilo čega, a biti i u OTPOR!u. Svojim političkim delovanjem OTPOR pogađa mnogo širu ciljnu grupu, nego što su to samo članovi i simpatizeri stranaka, i to upravo one ljude koji su stranke razočarani ili one koje „politika ne zanima“.

OBUKA – Marketing služba

Plan obuke za Marketing – Faza 1

Čas prvi:

- „Zašto baš marketing?“
- Bitnost OTPOR!aškog razmišljanja za rad u marketingu
- Definicija pojma marketing u OTPOR!u (akcije) i van njega?
- Opšta priča: nastanak pesnice, crno-belo (razlozi)
- „gerila“ marketing, kratak istorijat OTPOR!a (marketinški aspekt – „pesnica-masovni simbol“)
- Priča o organizacionom razvoju OTPOR! Marketinga
 1. predratna faza – rad na Univerzitetu
 2. početna posleratna faza – gerila, skidanje ratne „prašine“ sa pesnice, razbijanje straha
 3. letnja faza – medijske akcije na ulici (bure, drvo, teleskop...)
 4. faza organizacije skupova – 2.11, 9.11, 22.11, 13.1... uloga marketinga u tom poslu
 5. kratka glamurozna faza – zašto je bolji „OTPOR jer volim Srbiju od Deda Mraza“
 6. faza prelaska sa akcija na aktivnosti – objašnjenje razlike, prestruktuiranje marketinga (rad po grupama), povezivanje sa ostalim delovima firme, aktivnosti u zatvorenom prostoru
- Priču o razvoju propratiti pričom o razvoju propagandnog materijala.
- Mesto za kratku raspravu – primedbe i sugestije na dosadašnji rad
- Predstavljanje strukture, marketinga, mesto za predloge na iste
- Motivaciona priča – koja je lična korist svakog od nas u ovom poslu (lična nadgradnja – seminari, GOTV, slava)
- Popunjavanje novog upitnika
- Zakazivanje novog časa, podela materijala, kraj časa.

NAKON ČASA – unošenje podataka u računar, kratka analiza časa i regruta, planiranje nove grupe

Trajanje časa – 65-80 min

Potreban materijal: primerci propagandnog materijala (hronološki), materijal za podelu, formulari

Čas drugi:

- Neophodnost osnovnih metoda – nesvesna njihova upotreba
- SWOT & Message box metoda

- Brainstorming
- Plan – aktivno planiranje – kampanja – plan kampanje

Metode se objašnjavaju razradom konkretnog primera (nova godina ili OTPORevolucija)

- Test (kreativnosti)
- Izjašnjavanje za rad u određenim grupama, nabacivanje priče o dežurstvu
- Zakazivanje sastanka, upućivanje na određene ljude (tel.) – zabeležiti, predstavljanje nastavka i kraja edukacija (seminar za najbolje), podela materijala, kraj časa.

NAKON ČASA – unošenje podataka u računar, kratka analiza časa i regruta, planiranje nove grupe, obaveštavanje zaduženih ljudi o pripremi za prijem novih ljudi

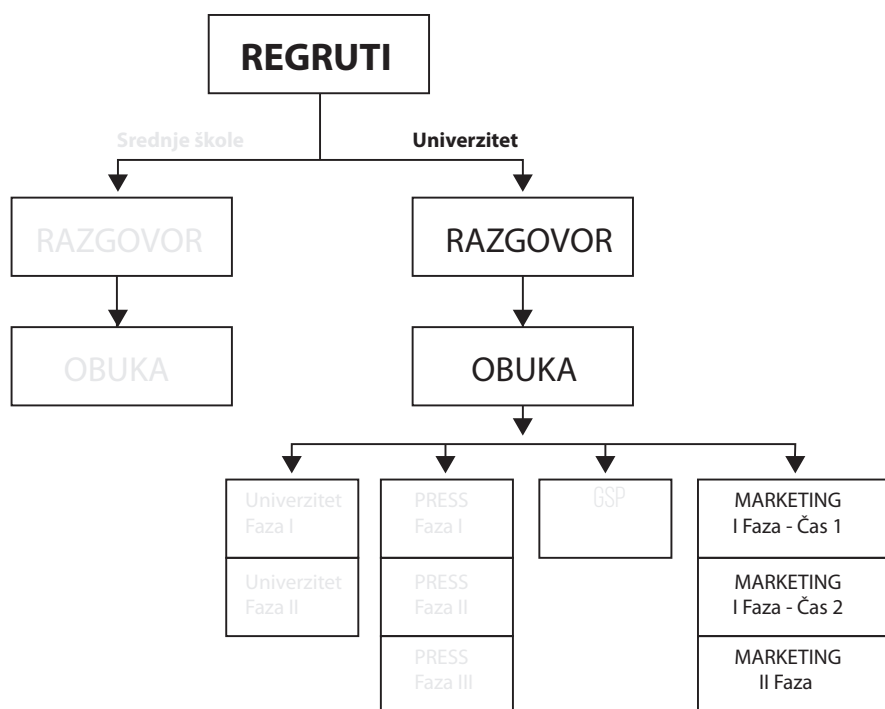
Trajanje časa: 75-90 min

Potreban materijal: potrošni materijal, materijal za podelu, formulari sa prethodnog časa

U narednom periodu neophodno je „praćenje“ snalaženja novih ljudi.

Nastavak obuke – postupci:

- Uključivanje u rad kroz grupe,
- Delimično čuvanje od „starih“ aktivista,
- Organizacija edukacija novih ljudi sa poznatim marketing stručnjacima,
- Završni test nakon što edukacije prođe određeni broj ljudi, biranje najboljih za završni seminar.



OBUKA - Press služba

UVOD: Dosadašnje iskustvo u organizaciji Press službe i edukacije volontera pokazao da se za rad u Press službi u prvom trenutku odlučuje mali broj ljudi. Zaključno sa januarom 2000. godine za rad u ovoj službi prijavilo se i pri tome prisustvovalo barem jednom sastanku službe ukupno 21 aktivista, od kojih je normalan proces funkcionisanja, trenutno, stalno uključeno 11. Od ukupnog broja prijavljenih za rad posle prvog sastanka (časa edukacije) odustalo je petoro aktivista. Kraći vremenski period u službi (od nedelju do mesec dana) se zadržalo njih troje, dok je službu posle određenog vremena, dužeg od mesec dana, napustilo dvoje.

Edukacija i uključivanje u normalan rad novih aktivista podeljeni su u tri faze od kojih svaka traje mesec dana – 4 časa.

Cilj I faze je da obuča nove aktiviste za pružanje tehničke podrške i obavljanje osnovnih delatnosti (pisanje saopštenja, press kliping, uspostavljanje kontakata, obaveštavanje....)

Cilj II faze je da obuča aktiviste za planiranje i sprovođenje svih standardnih delatnosti tokom radne nedelje kao i da ih upozna putem simulacije sa funkcionisanjem službe u vanrednim uslovima.

Cilj III faze je osposobljavanje aktivista za rukovođenje službom u medijskim kampanjama kao i globalnim akcijama.

Po završenoj edukaciji svaki od aktivista koji je sa uspehom završio istu biće osposobljen da u potpunosti rukovodi pojedinim segmentima službe – medijskim timovima ili službom u celini.

I faza

Čas 1.

- deo 1: Motivaciono predavanje za rad u Press službi,
- deo 2: Organizacija i način funkcionisanja Press službe,
- deo 3: Filozofija medija,
- deo 4: Upoznavanje sa aktivistima i prenošenje iskustava.

Čas 2.

- deo 1: Delatnosti Press službe i njihov značaj,
- deo 2: Procedure funkcionisanja,
- deo 3: Upoznavanje sa sredstvima za rad,
- deo 4: Upoznavanje sa funkcionisanjem pisanih medija (gost).

Čas 3.

- deo 1: Načini komunikacije sa medijima,
- deo 2: Ubezbavanje posredne komunikacije sa medijima (saopštenja),
- deo 3: Uvezbavanje direktne komunikacije sa medijima (kontakti),
- deo 4: Upoznavanje sa funkcionisanjem elektronskih medija (gost).

Čas 4.

- deo 1: Kreiranje kratkoročnih medijskih planova (7 dana),
- deo 2: Koordinacija aktivnosti unutar službe,
- deo 3: Simulacija standardnih aktivnosti.

II faza**Čas 1.**

deo 1: Pregled pisanih medija i upoznavanje sa principima rada,
 deo 2: Davanje izjava pisanim i elektronskim medijima (radio),
 deo 3: Upoznavanje sa „Srpskim OTPOR!ašom“ i principom rada,

Čas 2.

deo 1: Pregled elektronskih medija i upoznavanje sa principima rada. (radio),
 deo 2: Davanje izjava elektronskim medijima (TV)
 deo 3: Upoznavanje sa emisijom „Sa kvalitetnog programa“ i principom rada.

Čas 3.

deo 1: Pregled elektronskih medija i upoznavanje sa principima rada (TV),
 deo 2: Priprema javnih nastupa,
 deo 3: Vođenje i učešće na konferencijama za štampu.

Čas 4.

deo 1: Koordinacija unutar organizacije,
 deo 2: Kreiranje medijskih kampanja,
 deo 3: Simulacija vanrednih aktivnosti (skupova, protesta....)

III faza**Čas 1.**

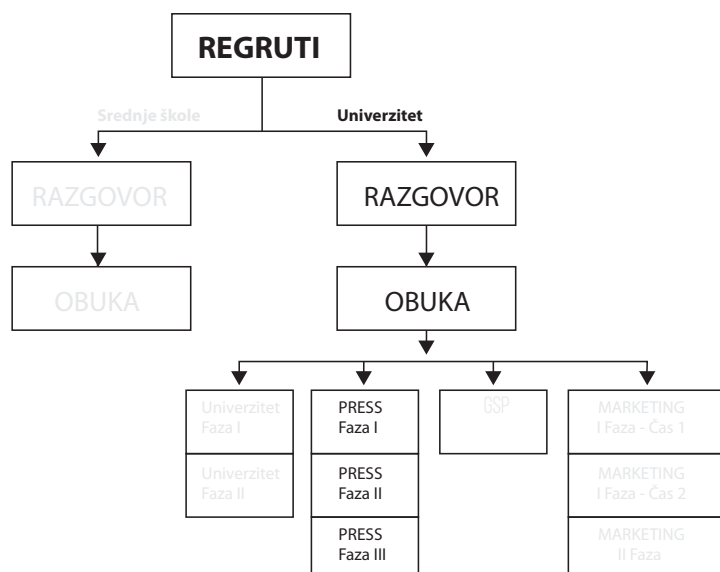
deo 1: Organizacija ljudskih resursa,
 deo 2: Ostvarivanje trajnih kontakata sa medijima,
 deo 3: Učešće na javnim skupovima i TV emisijama.

Čas 2.

deo 1: Koordinacija unutar Organizacije na nivou Srbije,
 deo 2: Koordinacija sa drugim organizacijama,
 deo 3: Uspostavljanje i negovanje odnosa sa aktivistima drugih organizacija.

Čas 3.

deo 1: Simulacija globalnih akcija – kampanja.

Test

OBUKA – Univerzitet

UVOD: rad aktivista OTPOR!a na fakultetima Univerziteta prilagođen je pre svega postojećem stanju, neorganizovanosti postojećih studentskih (sindikalnih) organizacija, generalnom otporu studenata prema „političkom radu“, represivnim merama... i sl.

CILJ delovanja OTPOR!a na Univerzitetu može se posmatrati kao:

1. Kratkoročni: povećanje broja aktivista i njihova obuka, pojedinačne akcije, prisustvo u medijima,
2. Srednjeročni: izrada „MAPE“ univerziteta, trajan rad sa mladim ljudima, rad sa profesorima i asistentima, saradnja sa „prijateljskim studentskim organizacijama“,
3. Dugoročni: tretiranje rada na Univerzitetu u svetlu činjenice da su oni budućnost naše zemlje. Političko osveščivanje i motivacija za uzimanje sudbine u svoje ruke (svi studenti su glasači, a većina njih ove godine glasaće prvi put), uticaj na roditelje i druge članove porodice (brojni zabeleženi slučajevi da „deca“ vode roditelje na glasanje), priprema za GOTV kampanju, priprema za budućnost – osnov za „drugu političku generaciju Srbije“.

ZAPAMTI: sadašnji studentu verovatno su jedina mogućnost da se u Srbiji izgradi civilizovano društvo. Čak i pod uslovom da do promene vlasti dođe do naredne godine, za promenu sistema i promeni u glavama ljudi trebaće desetak godina. Za deset godina sadašnji studenti završiće fakultete pa je način na koji oni TADA budu razmišljali ključan za promenu sistema u Srbiji.

KORACI ZA IZGRADNJU INFRASTRUKTURE:

1. Pravljenje „MAPE“ vašeg fakulteta: za dobro planiran i organizovan rad neophodno je pre svega (ličnim raspitivanjem) napraviti „mapu“ fakulteta koja podrazumeva:

- mapu postojećih organizacija (pod uslovnom podelom na „prijateljske“, kakve su studentske unije i federacije, poneki Savez studenata) i „neprijateljske“ (ogranci Saveza studenata Beograda koji po pravilu rade ZA dekana i protiv studenata, uz sticanje lične koristi),
- spisak postojećih problema (korupcija pojedinaca i režimskih organizacija, nepravilnosti u uplati ZPU, zahtevi pojedinih grupa ili godina za smanjenje uslova ili uvođenje rokova, eventualne represivne mere protiv „neposlušnih profesora i studenata“, nepravilnosti u raspodeli soba, kašnjenje kredita, i sl. (dakle sve ono što „boli“ studente vašeg fakulteta pa se oko toga mogu i mobilisati),
- spisak predavanja sa rasporedom učionica i prostorija (neophodno je znati kada je fakultet prepun ljudi, pa bi neka akcija mogla da uspe i obrnuto). Ovo se postiže jednostavnim prepisivanjem rasporeda časova, uz procenu veličine pojedinih grupa, tako da je moguće proceniti kada je u toku nedelje koji broj studenata u zgradi. Potrebno je, takođe, identifikovati „upotrebljive“ prostorije za držanje većih skupova, i sl,
- identifikacija „lidera“ – u svakoj grupi postoji pojedinac sa prirodnim autoritetom, koga je poželjno identifikovati. Takvi su po pravilu najgrlatiji i prirodne vođe (čest slučaj kod brucoša) ili grade autoritet (tzv. „tihan/smireni“) nekom svojom drugom osobinom. Takve potencijalne vođe, koji mogu da zastupaju veći broj ljudi su neophodna karika u organizaciji OTPOR!a na vašem fakultetu,
- mapa profesora – relativno jednostavna analiza profesora koji su direktno eksponenti režima, i onih drugih koji su do sada učestvovali u protestima i sl. Takvi „neposlušni“ profesori predstavljaju okosnicu podrške studentskim skupovima, tribinama, zahtevima i slično.

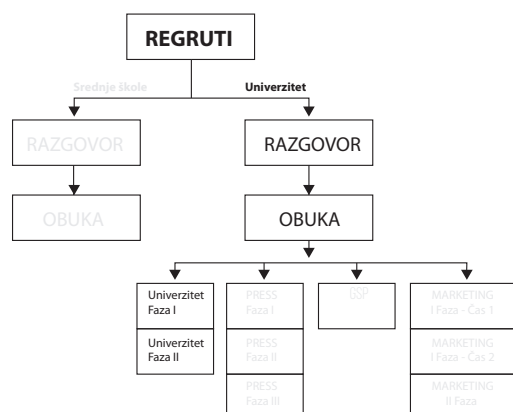
METODOLOGIJA:

Svaki od četiri navedena metoda prilagođen je određenoj ličnosti, ali i situaciji. Metode se primenjuju kombinovano, u skladu sa procenom lokalnih aktivista OTPOR!a i mogu se podeliti na:

1. LIČNI KONTAKT – koji ne predstavlja samo propagiranje ideje OTPOR!a, već i širenje informacija tipa „da li si čuo/la šta se sprema sledeće nedelje?“. Ovakve, dobro plasirane informacije obično se množe sa faktorom 8-10 (pojedinač kome je informacija plasirana na pravi način obavesti i do 10 svojih kolega),
2. ŠTAMPANI MATERIJALI – pre svega plakati i leci. I plakat i letak postoje u dve osnovne vrste: „letak/plakat sa porukom“, sažet i to „to the point“, obično sadrži samo nekoliko rečenica, najbolje samo jednu. Ovakav letak/plakat ukazuje na neki konkretan problem ili „situaciju“. Najcelishodnije je ako je rečenica prepoznatljiva iz nekog drugog konteksta (film, RTS, žargon, stranačka propaganda, reklame i mediji uopšte, itd) – i ako je „zvučna“ u svakom pogledu. Cilj ove vrste jeste da se privuče pažnja i postigne efekat da se onom koji vidi letak/plakat na „dramatičan“ način ukaže na problem. Druga vrsta letka/plakata je ona „opširnija“, sa ozbiljno ispričanom pričom kako, zašto, od/do kada, u kom cilju, u koje vreme, itd. Cilj ovakvih letaka/plakata je davanje osnovnih informacija i/ili postavljanje zahteva.
3. ZBOROVI STUDENATA i slični skupovi – prethode im prve dve stavke (lični kontakt i štampani materijal), zahtevaju pažljivu pripremu od nekoliko dana najmanje. Zbor bi trebalo održati u slušaonici primerene veličine (da ne izgleda „prazno“), ne bi trebalo da bude dosadno dugačak, i mora imati neki cilj (koji zavisi od situacije). Potrebno je da govornici budu pažljivo izabrani, da pametno i kratko govore, i da kažu sve ono što je neophodno da bi zbor doneo odluku ili zaključak. U zavisnosti od situacije govornih može da bude „smirenog“ ili „naloženog“ tipa – u svakom slučaju MORA biti savršeno jasan, konkretan, da izgleda sposobno i odgovorono (tzv. „autentični“ vođa), a ne kao neko ko uživa u pažnji ili svojoj „liderskoj“ poziciji. Ostale vrste okupljanja su protestni skupovi, tribine i slično, koji slede posle zborova i podrazumevaju da se „nešto dešava“ – traje bojkot, protest ili se pokušava podizanje tenzije na fakultetu. Neodvojivo od pomenutog su i:
4. AKCIJE PROVOKACIJE – kada se postigne odgovarajuća organizovanost i poverenje (makar i male grupe ljudi), pristupa se „akcijanju“, za većinu studenata najzanimljiviji i najbitniji deo svakog delovanja na fakultetima. Ujedno i najopasniji – zbog čega mora biti: 1. dobro osmišljen, sa očiglednom i provokativnom porukom, 2. odlično organizovan, zato što veliki broj ljudi i medija obično garantuje bezbednost i uspešnost izvođenja. Cilj akcija je privlačenje pažnje onih studenata koji ne učestvuju aktivno u pratećim dešavanjima (poziv da se pridruže), upozoravanje profesora i administracije fakulteta da se od postavljenih zahteva neće odustati i da će se „ići“ do kraja, privlačenje medija ekskluzivnošću i zanimljivošću (objavljivanje u novinama pomaže i u velikoj meri utiče na uspešnost ishoda). Osim toga akcije su i najbolji način „to get your point across“, i najefektivniji način da se dešavanja nastave ili ubrzaju. Sama „provokativnost“ mora biti primerena proceni situacije, pa se samim tim dijapazon kreće od simpatičnih do najradikalnijih (tipa zatvaranje u fakultetskoj zgradi, upadanje u dekanat i slično).

Pomenute akcije mogu se planirati na dva načina i to kao:

1. Permanentna kampanja – trajno tretiranje pojedinih problema kroz lični kontakt, štampani materijal, regrutovanje i slično,
2. Priprema za konkretni događaj – intenzivna kampanja u pripremi javnih skupova, zborova studenata i akcija provokacije.



OBUKA – Srednje škole

UVOD: rad sa aktivistima OTPOR!a u srednjim školama prilagođen je pre svega postojećem stanju, generalnoj nezainteresovanosti srednjoškolaca za „političke teme“, represivnim merama i pre svega činjenici da do sada nijedna politička snaga nije delovala ni u školama ni sa ovako mladom populacijom.

CILJ delovanja OTPORa može se posmatrati kao:

1. Kratkoročni – povećanje broja aktivista i njihova obuka, pojedinačne akcije i pojavljivanje u medijima,
2. Srednjeročni – izrada „mape“ srednjih škola, trajan rad sa mladim ljudima, rad sa sindikatima profesora.
3. Dugoročni – tretiranje rada sa srednjoškolcima u svetlu činjenice da su oni budućnost naše zemlje. Političko osveščivanje i motivacija za uzimanje sudbine u svoje ruke (svi maturanti do kraja godine dobiće pravo glasa), uticaj na roditelje i druge članove porodice (brojni zabeležni slučajevi da „deca“ vode roditelje na galsanje).

ZAPAMTI: sadašnji srednjoškolci verovatno su jedina mogućnost da se u Srbiji izgradi civilno društvo. Čak i pod uslovom da do promene vlasti dođe naredne godine, za promenu sistema i promenu u glavama ljudi trebaće desetak godina. Za deset godina sadašnji srednjoškolci završiće fakultete pa je način na koji oni TADA budu razmišljali ključan za promenu sistema u Srbiji.

KORACI ZA IZGRADNJU INFRASTRUKTURE:

1. PRAVLJENJE „MAPE“ srednjih škola: za dobro planiran i organizovan rad neophodno je pre svega (ličnim raspitivanjem) napraviti „mapu“ srednjih škola koja podrazumeva:
 - mapu postojeće infrastrukture – gde imamo aktiviste, koliko ih je prošlo obuku, koliko su oni u međusobnoj komunikaciji. ZAPAMTI: svaki čovek je hrabar i aktivan kada se oseća kao deo dobro organizovane grupe,
 - spisak postojećih problema (korupcija pojedinaca, upisi preko veze, eventualne represivne mere protiv „neposlušnih profesora i učenika“, preobiman program, protekcija u ocenjivanju i slično (dakle sve ono što „boli“ učenike tvoje škole pa se oko toga mogu i mobilisati),
 - identifikacija „lidera“ – u svakoj grupi postoji pojedinac sa prirodnim autoritetom, koga je poželjno identifikovati. Takvi su po pravilu najgrlatiji i prirodne vođe (čest slučaj kod brucoša) ili grade autoritet (tzv. „tihan/smireni“) nekom svojom drugom osobinom. Takve potencijalne vođe, koji mogu da zastupaju veći broj ljudi su neophodna karika u organizaciji OTPOR!a u tvojoj školi,
 - mapa profesora – relativno jednostavna analiza profesora koji su direktno eksponenti režima, i onih drugih koji su do sada učestvovali u štrajkovima, otvoreno se izjašnjavaju za promene i sl. Takvi „neposlušni“ profesori predstavljaju okosnicu podrške zahtevima ulenika.

METODOLOGIJA:

Svaki od četiri navedena metoda prilagođen je određenoj ličnosti, ali i situaciji. Metode se primenjuju kombinovano, u skladu sa procenom lokalnih aktivista OTPOR!a i mogu se podeliti na:

1. LIČNI KONTAKT – koji ne predstavlja samo propagiranje ideje OTPOR!a, već i širenje informacija tipa „da li si čuo/la šta se sprema sledeće nedelje?“. Ovakve, dobro plasirane informacije obično se množe sa faktorom 8-10 (pojedinac kome je informacija plasirana na pravi način obavesti i do 10 svojih kolega),
2. ŠTAMPANI MATERIJALI – pre svega plakati i leci. I plakat i letak postoje u dve osnovne vrste: „letak/plakat sa porukom“, sažet i to „to the point“, obično sadrži samo nekoliko rečenica, najbolje samo jednu. Ovakav letak/plakat ukazuje na neki konkretan problem ili „situaciju“. Najcelishodnije je ako

je rečenica prepoznatljiva iz nekog drugog konteksta (film, RTS, žargon, stranačka propaganda, reklame i mediji uopšte, itd) – i ako je „zvučna“ u svakom pogledu. Cilj ove vrste jeste da se privuče pažnja i postigne efekat da se onom koji vidi letak/plakat na „dramatičan“ način ukaže na problem. Druga vrsta letka/plakata je ona „opširnija“, sa ozbiljno ispričanom pričom kako, zašto, od/do kada, u kom cilju, u koje vreme, itd. Cilj ovakvih letaka/plakata je davanje osnovnih informacija i/ili postavljanje zahteva.

3. ZBOROVI STUDENATA i slični skupovi – prethode im prve dve stavke (lični kontakt i štampani materijal), zahtevaju pažljivu pripremu od nekoliko dana najmanje. Zbor bi trebalo održati u slušaonici primerene veličine (da ne izgleda „prazno“), ne bi trebalo da bude dosadno dugačak, i mora imati neki cilj (koji zavisi od situacije). Potrebno je da govornici budu pažljivo izabrani, da pametno i kratko govore, i da kažu sve ono što je neophodno da bi zbor doneo odluku ili zaključak. U zavisnosti od situacije govornih može da bude „smirenog“ ili „naloženog“ tipa – u svakom slučaju MORA biti savršeno jasan, konkretan, da izgleda sposobno i odgovorono (tzv. „autentični“ vođa), a ne kao neko ko uživa u pažnji ili svojoj „liderskoj“ poziciji. Ostale vrste okupljanja su protestni skupovi, tribine i slično, koji slede posle zborova i podrazumevaju da se „nešto dešava“ – traje bojkot, protest ili se pokušava podizanje tenzije na fakultetu. Neodvojivo od pomenutog su i:
4. MEDIJSKE AKCIJE – kada se postigne odgovarajuća organizovanost i poverenje (makar i male grupe ljudi), pristupa se „akcijanju“, za većinu srednjoškolaca najzanimljiviji i najbitniji deo svakog delovanja na fakultetima. Ujedno i najopasniji – zbog čega mora biti: 1. dobro osmišljen, sa očiglednom i provokativnom porukom, 2. odlično organizovan, zato što veliki broj ljudi i medija obično garantuje bezbednost i uspešnost izvođenja. Cilj akcija je privlačenje pažnje onih učenika koji ne učestvuju aktivno u pratećim dešavanjima (poziv da se pridruže), upozoravanje profesora i administracije fakulteta da se od postavljenih zahteva neće odustati i da će se „ići“ do kraja, privlačenje medija ekskluzivnošću i zanimljivošću (objavljivanje u novinama pomaže i u velikoj meri utiče na uspešnost ishoda). Osim toga akcije su i najbolji način „to get your point across“, i najefektivniji način da se dešavanja nastave ili ubrzaju. Sama „provokativnost“ mora biti primerena proceni situacije, pa se samim tim dijapazon kreće od simpatičnih do najradikalnijih (tipa zatvaranje u fakultetskoj zgradi, upadanje u dekanat i slično).

Pomenute akcije mogu se planirati na dva načina i to kao:

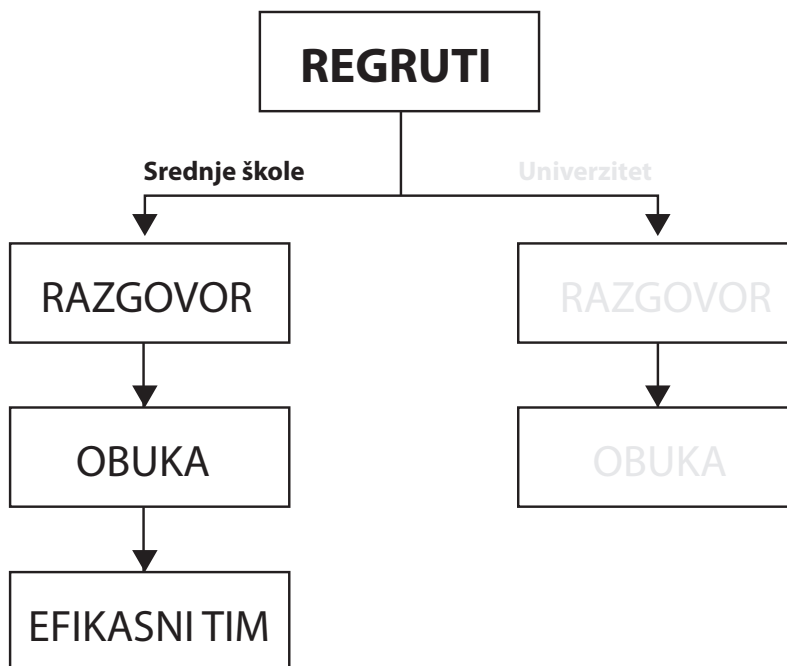
1. Permanenta kampanja – trajno tretiranje pojedinih problema kroz lični kontakt, štampani materijal, regrutovanje i slično,
2. Priprema za konkretni događaj – intenzivna kampanja u pripremi javnih skupova, raznih vidova protesta ili medijskih akcija.

NAPOMENA: u radu sa novim regrutima UVEK demonstriraj neki nedeljni plan, na primer kako se organizuje kućna privatna žurka.

NE ZABORAVI:

1. Tvoj glas je JAK, jer je borba za bolji život prirodna osobina mladih. Zato najbolje pali pitanje „dokle ćeš da puštaš penzionere da odlučuju o tvojoj sudbini?“
2. Ostali učenici iz tvoje škole su prirodni saveznici. Ne svađaj se sa njima.
3. Tinejdžer sa planom i ciljem je prirodni vođa.
4. Svaki OTPORAš je deo porodice i on nam je potreban.
5. Profesori i nastavnici uvek se snebivaju oko akcije – pre svega jer se brinu za učenike. Ako su učenici odlučni i svesni, i oni će ih ohrabriti.
6. Roditelji su nam skloni, samo im treba objasniti stvari. Uspešan rad sa roditeljima se uvek isplati, ma koliko težak bio. Svako može reći da je tinejdžer izmanipulisan, ali u jedinstvu sa roditeljima i profesorima leži velika snaga.
7. Niko ne može da ti zabrani da imaš svoje mišljenje, nosiš bedž ili deliš materijal. To je ustavno pravo svakog građanina Srbije bez obzira na pol ili uzrast.
8. Budi informisan i obavešten jer tvoji prijatelji iz razreda to očekuju. Ako im ti ne kažeš da moraju da izvade ličnu kartu i upišu se u birački spisak čim napune 18 godina oni to verovatno neće uraditi

9. Tvoja škola je TVOJ teren. Direktor i profesori imaju platu da u njoj sede, a ti si tu došao da nešto naučiš svojom slobodno voljom.
10. TVOJ LIČNI STAV je najbolja reklama za ideju OTPORa. Za tvoje prijatelje ili roditelje OTPOR je onakav kakvim ga ti predstaviš.



OBUKA – Grupe za spoljnu podršku

GSP – internet press i marketing

UVOD: Mada se samo 2% građana Srbije informiše preko interneta, značaj formiranja Grupe za spoljnu podršku (internet press i marketing) u OTPOR!u je dokazan na nekoliko primera. Mogućnost umrežavanja stotina aktivista iz Srbije, stalna komunikacija sa našim sunarodnicima u dijaspori, kao i kontakt sa institucijama u zemlji i inostranstvu koje podržavaju našu borbu od ogromnog je značaja za širenje ideje nenasilnog OTPOR!a.

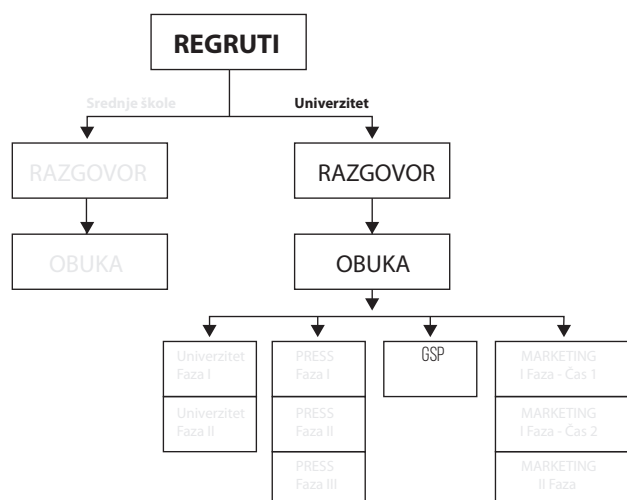
TEHNIČKI ASPEKTI OBUKE: grupa se posle razgovora selektira na osnovu poznavanja tehnike rada sa računarima, pa posebna tehnička obuka aktivista obično nije problem. U toku obuke potrebno je međutim predstaviti sve aspekte rada aktivista u GSP, i podeliti aktiviste prema sledećim poljima aktivnosti.

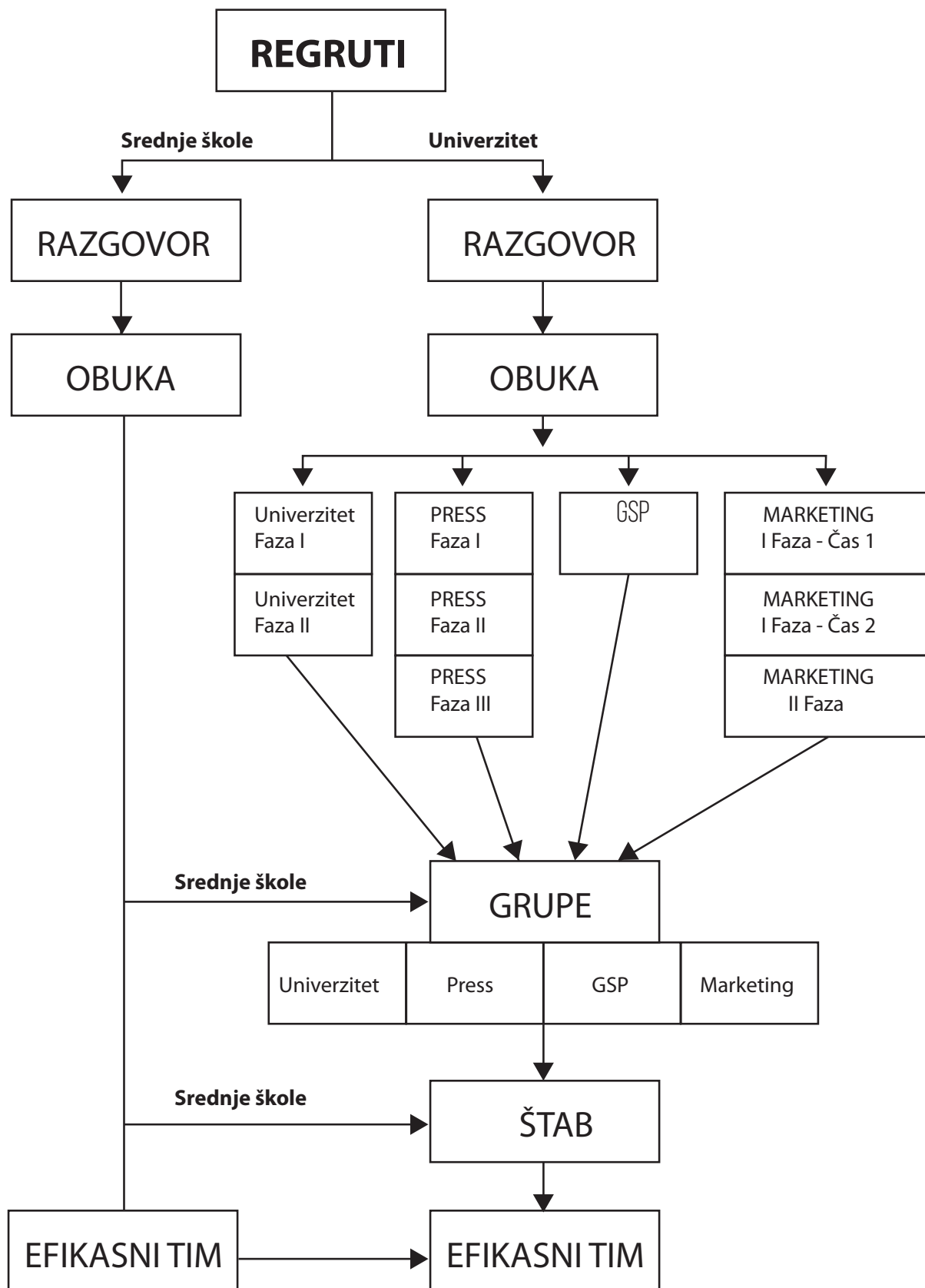
1. Komunikacija sa centralnom OTPORnom listom, dostavljanje informacija i najava aktivnosti, kao i pisanih tekstova i slika sa lokalnih akcija.
2. Stalno širenje OTPOR! – info liste ljudima koji su zainteresovani da dnevno primaju informacije od nas.
3. Mobilizacija aktivista sa dobrim poznavanjem jezika za englesku verziju sajta i liste.
4. Stvaranje novih kontakata u zemlji i izvan nje slanjem velikog broja internet poruka u kojima se promovise OTPOR!.
5. Poseta popularnim internet forumima i stimulacija ljudi da diskutuju na temu aktivnosti i stavova OTPOR!a.
6. Bombardovanje email adresa najklonjenih (i nenaklonjenih) institucija odgovarajućim porukama.
7. Motivisanje formiranja mirror sajtova u zemlji i izvan nje, ili stavljanje linka na naš sajt i popularne sajtove.
8. Prikupljanje podrške javnih ličnosti iz zemlje i inostranstva, čemu prethodi slanje detaljnih informacija o OTPOR!u u toj osobi. Preko 20 javnih (i na stotine anonimnih) ličnosti poslalo je do sada OTPOR!u poruke podrške preko interneta, uključujući i fotografije sa pesnicom, kasnije korišćene na štampanom materijalu.
9. FUNDRAISING – jedan deo sredstava OTPOR!a prikuplja se donacijama naših ljudi u inostranstvu – svi ti ljudi stupili su u kontakt sa OTPOR!om upravo preko Grupe za spoljnu podršku.

Regrutacija ljudi putem interneta i briga o internet regrutima – putem sajta www.OTPOR!.com do sada je regrutovano između 10 i 15% ukupnog broja regruta u preko 20 gradova. Mnogi od tih regruta danas su aktivno uključeni u rad OTPOR!a, a neki od njih daju veliki doprinos promociji OTPOR!a širom sveta.

SASTANCI GRUPE:

GSP je jedina grupa u OTPOR!u koja ne mora da ima fizičke sastanke – jer tu je internet. Efikasna komunikacija omogućava stotinama aktivista iz cele Srbije da budu u svakodnevnoj komunikaciji, a da se mnogi od njih pritom lično ne poznaju!





Šema – OBUKA za regrute

OBUKA – Edukacija (EDU) i Training of trainers (TOT)

EDU i TOT uvodni sastanak

- Definisane zadatke grupe za edukacije,
- Definisane zajedničke sastanke trenera u grupama u kojima nije definisan program edukacije,
- Zakazivanje termina za opšte obuke za trenere,
- Zakazivanje termina za posebne obuke za trenere,
- Uvođenje fiksnih sastanaka grupe,
- Određivanje gornjeg limita obučanih aktivista u grupama gde postoji gornji limit.

EDU i TOT redovni sastanci

- Planiranje naredne nedelje,
- Ukrštanje rezultata (distribucija ljudi iz osnovnog pool-a i njihovo usmeravanje po grupama,
- Sistematizacija osnovnog pool-a u sređenu bazu podataka (pasivni i slučajni regruti, delimično edukovani i usmereni, članovi grupa i „recycle bin“ grupa otpalih ili neadekvatnih)

POLITIČKI TOT (zajednički za sve)

- Pojam motivacije i motivacionog govora (misija),
- Uvod o OTPORu i njegovim ciljevima,
- Upitnik-anketa za distribuciju u grupe,
- Upućivanje u nastavak programa,
- Rad sa aktivistima i motivacija na povećanju njihovog broja.

(Dopunska literatura: Priručnik za rad sa aktivistima – volonterima)

(Volonterska pristupna kartica, pojam recycle bin)

ORGANIZACIONI TOT (zajednički za sve trenere)

- Organizacija OTPORa, stanje, problemi perspektive,
- Planiranje i značaj planiranja,
- Značaj komunikacije između grupa,
- Izrada baze podataka za grupu (baze aktivista, baze trenera – fakulteta, srednjih škola, medija, aktivnosti).

(Dopunska literatura volonteri_nastavak-20 razloga)

SREDNJE ŠKOLE – posebna edukacija

- Utvrđivanje ciljeva i motivacija za njihovo ostvarivanje,
- Formiranje novih i jačanje već postojećih grupa,
- Aktivnosti – kontinuirane i incidentne akcije,
- Osvajanje novih terena (umrežavanje),
- Rad sa profesorima,
- Rad sa roditeljima,
- Izrada plana dalje aktivnosti trenera.

UNIVERZITET – prvi deo

- Političko-motivacioni deo,
- Model delovanja (od akcija do raznih modela protesta),
- Utvrđivanje ciljeva i motivacija za njihovo ostvarenje,
- Aktivnosti – konstruirane i incidentne akcije

UNIVERZITET – drugi deo

- Izrada i kontrola baze aktivista (mapa BU, plan 1%),
- Studentske organizacije (mapa i plan rada),
- Osvajanje novih terena (umrežavanje, i silazak na nivo fakulteta),
- Rad sa profesorima,
- Rad sa roditeljima,
- Izrada plana dalje aktivnosti trenera (grupisanje postojećih i budućih aktivista u grupe fakulteta).

GSP – virtuelni front, dobijanje rata u virtuelnom svetu

- Informaciona moć,
- Stalni inventar i značaj širenja mreže,
- Strategija širenja korisnika (koncept virtuelnih ambasadora i formiranja grupa i foruma),
- Širenje informacija koje se šalju selekcijom zanimljivih tekstova sa drugih medija (drugi sajtovi, news servisi, forumi),
- Pritisak na targete – kontinuirano izveštavanje i komunikacija sa postojećim prijateljskim organizacijama,
- Pritisak na targete – partizanski na kreatore JM,
- Mreža NGO u svetu,
- Srbi u inostranstvu (sajtovi, grupe).

(Dopunska literatura _ Izbori_targeting, uz prilagođenje)

OBUKA – Obuka trenera „Kako se drži trening“

Šta je sve potrebno da bi se održao uspešan trening

1. Zakazivanje termina

Zakazati termin (dan i vreme) u skladu sa Kalendarom aktivnosti kancelarije – ukoliko je moguće trening držati uvek istim danom u nedelji.

2. Pozivanje regruta

Regruti se zovu minimum dva dana pre treninga. Potrebno je nazvati 12 – 15 ljudi da bi došlo 4 – 10 što je optimalna veličina grupe (**pravilo duplog broja**). Potrebno je popuniti spisak – materijal-1 (ime i prezime regruta, telefon, šta je rekao/la).

Regrute uvek zove trener (ukoliko nije u mogućnosti dobro bi bilo da ih zove uvek isti čovek)

3. Na sam dan treninga

Trener dolazi minimum 15 minuta pre predavanja. Srediti prostorije, ukoliko je neki sastanak u toku napomenuti da je termin od tad do tad zakazan za trening.

4. Dolazak regruta

Potrebno je da trener bude prisutan kad regruti dolaze (nešto u fazonu neformalne dobrodošlice).

5. Početak treninga

Trening počinje sa max 15 minuta zakašnjenja (svačije vreme je dragoceno, s jedne strane, i izbegava se moguća nervoza, s druge strane).

6. Motivacioni govor

Pre nego što se pređe na formalni deo treninga **trener drži motivacioni govor** – u kratkim crtama objašnjava šta je cilj treninga u skladu sa ciljevima OTPOR!a. Materijal-2

7. Sadržaj treninga

Svaki trening mora da bude dobro isplaniran – trener mora da ima sadržaj treninga, minutažu po celinama i materijal koji se deli u toku ili na kraju treninga.

Primer:

- | | |
|---|--------|
| 1. Dobrodošlica u OTPOR | 2 min |
| 2. Predstavljanje trenera – ime, prezime... | 2 min |
| 3. Predstavljanje regruta – ime, prezime, fakultet/srednja škola... | 5 min |
| 4. Razgovor sa regrutima – Zašto su se regrutovali (potrebno je na samom početku treninga uspostaviti dvosmernu komunikaciju, ali i pravila komuniciranja kako bi se izbeglo da situacija izmakne kontroli u daljem toku predavanja). | 10 min |
| 5. Uvodna priča – OTPOR kao pokret, šema PROGRAM – LJUDI – AKCIJA, značaj aktivnosti u OTPORu | 15min |
| 6. Pitanja – odgovori | |
| 7. Priča ciljevi OTPORa – 3 faze u delovanju, preko GOTV do druge političke generacije u Srbiji | 15min |
| 8. Pitanja – odgovori | |
| 9. Akcija – svaki trening mora da se završi akcijom („regruti dele šibice“) | |
| Objasniti kaciju, uraditi kratak, brainstorming, napraviti plan ko radi, šta radi, koliko materijala uzima, gde deli... (upoznavanje sa planiranjem akcija) | 10 min |
| 10. Popunjavanje pristupne kartice | 5min |
| 11. Zakazivanje novog treninga – svaki trening mora da se završi tako što se zakaže novi trening (nikad regruti ne smeju da odu bez materijala i bez da znaju kad sledeći put treba da dođu – osnovno pravilo brige o regrutima). Potrebno je reći ko će ih zvati i kad ukoliko je moguće. | |
| 2 min | |
| 12. Svaki regrut mora da dobije najmanje 10 regrutnica. | |

8. Materijal sa treninga

Svaki trening mora da prati materijal koji se deli regrutima. Pri tome se neki materijali dele u toku predavanja, a neki na kraju. Nikad ne treba unapred podeliti materijal o kome će tek biti reči jer tada svi čitaju i niko ne sluša trenera.

9. Propagandni materijal

Potrebno je imati spremljen propagandni materijal u dovoljnim (ali ne preteranim) količinama koji se daje regrutima (materijal treba da bude u skladu sa akcijom). Potrebno je zapisati ko je uzeo koji i koliko materijala evidencije.

VAŽNE NAPOMENE:

- Uvek imati spisak ljudi - obučavanje regruta je dugoročna akcija i svaki trener mora da ima svoju evidenciju, tj. bazu podataka. Može da se desi da neko ne može da dođe na prvi trening, ali može na drugi, ili slično. S druge strane dobro je znati imena (mnogima je teško da zapamte imena svih regruta, a zamislite koliko to njima znači).
- Potrebno je imati sadržaj treninga – ljudi vole da znaju na početku koliko će trening da traje (to može da se napomene i pri pozivu telefonom). Sadržaj pomaže treneru da se pridržava dinamike treninga naročito ako stvari izmaknu kontroli (npr. provokator je dosadan, uvek nešto pita... tada mu se kaže „OK, pričaćemo posle treninga da ne zadržavamo celu grupu“).
- Pridržavaj se minutaže – ako se na početku kaže da trening traje 1:30h, bedak je da zbog pitanja ili dobro raspoloženja trenera kome se taj dan baš priča trening traje tri sata.
- Objasni značaj i dinamiku predavanja – ili kroz predavanje ili na samom početku (ljudi vole da znaju kakve su im obaveze – npr. treninzi se održavaju uvek od 17h do 18h tim i tim danima).
- Što više dvosmerne komunikacije – to će stvoriti prijatnu atmosferu, ali i upostaviti određenu vrstu autoriteta zbog kontrole situacije.
- Izbegavaj raspravu – ne nasedati na provokacije. Uvek je potrebno imati na umu šta je cilj treninga i kako on treba da se završi (akcijom). Možda će biti provokatora ili nekoga kome je dosadno, ali ne treba se nervirati.
- Objasniti pravilo rada kancelarije – treba ljudima reći kako funkcioniše kancelarija, zašto se zakazuu termini, ko je zadužen za materijal... Stvoriti atmosferu „radnih sati“.
- Ako se radi u paru potrebno je da se treneri dogovore ko šta priča (još jedan od razloga zašto je potreban sadržaj treninga). Pri tome je poželjno da ne upadaju jedno drugom u reč, ali svakako treba da se dopunjavaju.
- Pripremiti materijal – ljudi vole da odu „punih ruku“. Potrebno je imati materijal sa treninga (po statistikama 30% ljudi pročita ceo materijal, 40% ljudi dijagonalno pročita materijal, 20% baci).
- Pripremiti propagandni materijal – u skladu sa akcijom „regruti dele šibice“ potrebno je imati materijal, ali isto tako treba napraviti plan ko, šta, gde, kada deli materijal.
- Svaki regrut mora da dobije BEDŽ
- Svaki trening mora da ima više praktičnog rada naspram teorije – ljudi vole da pričaju i da rade, ne vole da se osećaju kao da su u školi. Teorijska predavanja moraju da budu kratka i zanimljiva.
- Hameri - dobro je da ako sadržaj treninga omogućava da se nešto piše i po hamerima. Hameri mogu da budu i unapred pripremljeni jer ljudi gledaju to sve vreme i podsvesno pamte važne stvari. To stvara i utisak nepisanih pravila koja se poštuju u grupi/organizaciji (npr. može unapred da se spremi hamer sa sledećim stvarima: OTPOR nije stranka ni studentska organizacija, da je je opozicija bila dobra ne bi bilo potrebe za OTPORom, mi imamo plan, OTPOR je dugoročan posao za celu generaciju, od aktiviste se mnogo očekuje – ti si nam potreban).

- Svaki dobar trener ima u džepu dve-tri olovke – ako se radi neka vežba ljudi najčešće nemaju pri sebi olovku, a trener stvara utisak da ga ništa ne može iznenaditi.
- Kontakt osobe – na kraju treninga svakom regrutu mora da bude jasno kome može da se obrati za nešto. Poželjno je da treneri daju svoj telefon kako bi bili u stalnom kontaktu sa regrutima (to je pomalo i nezahvalno, tako da je najsrećnije rešenje da regruti imaju telefon kancelarije i da znaju kad je trener tu ili kome mogu da se obrate).

ZANIMLJIVOSTI:

Faze razvoja grupe:

- I faza razvoja i formiranja grupe – treneri postavljaju određene zahteve,
- II faza razvoja – grupa usvaja i prihvata zahteve,
- III faza razvoja – zahtevi postaju zajedničko mišljenje svih članova grupe,
- IV (extra) faza – grupa sama sebi postavlja zahteve i planove (primere – obuka).

U početku je međusobna interakcija mala (zato se postavlja pitanje „zašto ste došli u OTPOR“ jer se regruti međusobno upoznaju i razmenjuju mišljenja i stvaraju osećaj grupe). U sledećim fazama međusobna interakcija je na sve višem nivou (zato se trening uvek završava akcijom jer ljudi tako osećaju grupu i svoju pripadnost i korisnost).

NORTKOT PARKINSON – engleski politikolog

„Rad se širi tako da ispuni vreme koje je na raspolaganju za njegovo kompletiranje“ (zato je potrebno stvoriti atmosferu što više radnih sati).

TRENING mora da sadrži tri dela:

1. Zvanična dobrodošlica,
2. Standarda poruka – cilj i zadaci OTPORa,
3. Nacrt dužnosti – ko, šta, kad, gde, kako radi.

STRATEGIJA – Nacrt pobjedničke strategije

- KO – ko su ljudi koji su došli u OTPOR,
- ZAŠTO – zašto su popunili regrutnicu i zašto su došli na trening,
- ŠTA – šta je cilj delovanja OTPORa (GOTV i koncept druge političke generacije u Srbiji),
- KAKO – taktička ostvarenja cilja – akcija, akcija, akcija, akcija, akcija, akcija...
- GDE – u celoj Srbiji za početak

MATERIJAL – 1

- Pozivanje regruta na trening -

Ime	Prezime	Telefon	Napomena šta je rekao/la
Marija	Petković	436-973	Doći će sigurno
Petar	Glišić	672-139	Doći će sigurno
Jovan	Marković	063/112-34-34	Ne može da dođe u tom terminu

- Na treningu -

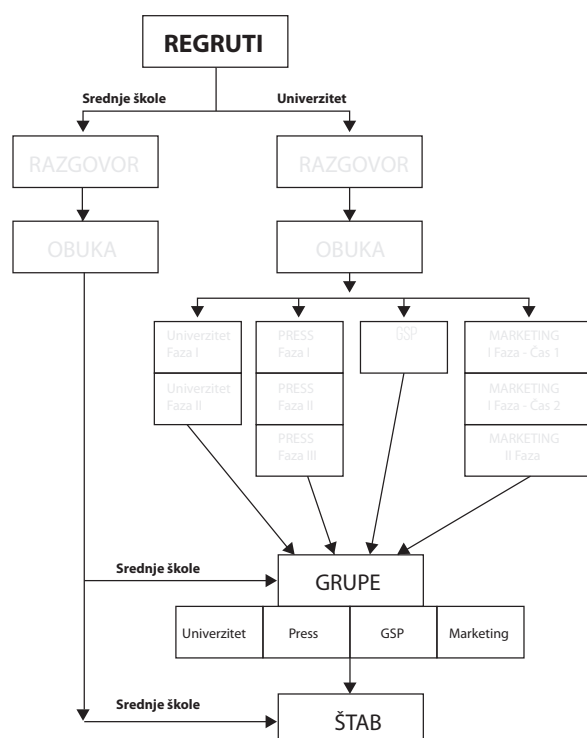
Ime	Prezime	Fakultet Srednja škola	Zašto je došao/la u OTPOR	Napomena
Marija	Petković	Filološki	Zbog akcije	Obećava
Petar	Glišić	PMF	Gotivi OTPOR	Provocira

MATERIJAL – 2**Predavač:** _____**Tema:** _____**Dan:** _____**Vreme:** _____**Trajanje:** _____**Broj aktivista:** _____**Materijal:** _____**Potrebna sredstva:** _____***Primer:*****Predavač:** Zorana**Tema:** Kako se drži trening**Dan:** subota 26.02.2000.**Vreme:** 18:00**Trajanje:** 90 min**Broj aktivista:** 10-15**Materijal:** kalendar planiranja, spisak ljudi (materijal-1), sadržaj predavanja, regrutnice, manifest, 100 pitanja i odgovora....**Potrebna sredstva:** bedževi (15 komada), šibice, leci.... kasete, kasetofon...

FORMIRANJE GRUPA OD OBUČENIH REGRUTA

Da bi OTPOR! funkcionisao efikasno nije dovoljno samo obučiti ljudi u političkom i tehničkom smislu, već i formirati efikasne grupe. U odnosu na pozicije delovanja, kao i prirodu obuke logično se nameće postojanje nekoliko grupa:

1. **PRESS** – koji se u skladu sa obukom bavi prezentacijom aktivnosti i stavova OTPOR!a u javnosti (formira se na svakom nivou organizacije, budući da i u jako malim mestima postoje bilo lokalni mediji, bilo dopisnici centralnih medija).
2. **MARKETING** – AKCIONI tim: formira se na svim nivoima organizacija, a prirodno se bavi osmišljavanjem i sprovođenjem akcija, kreiranjem lokalnog propagandnog materijala, razovejm i slanjem poruka ciljnim grupama i sl.
3. **GRUPA ZA SREDNJE ŠKOLE** – budući da su srednjoškolci prisutni kao aktivisti OTPOR!a u sredinama koje nisu Univerzitetski centri, te da su njihove stalne aktivnosti pogodne za svaku sredinu.
4. **GRUPA ZA UNIVERZITET** – formira se u mestima u kojima postoje fakulteti. U mestima u kojima ne postoje fakulteti uz sličnu obuku formira se GRUPA ZA TEREN. Razlike u obuci tiču se prirode „MAPE FAKULTETA“ koja se u grupi za teren (mrežu) može tretirati kao mapa sela i nasilja, dok se oblici aktivnosti (akcije, štampani materijal, tribine, skupovi) primenjuju jednako i u manjim naseljenim mestima. Poverenici za fakultete, koji odgovaraju univerzitetskim centrima ovde su zamenjeni poverenicima ili grupama treiranih regruta sa neke teritorije-naselja, koji sprovode aktivnosti OTPOR! po principu teritorijalnog zaduženja.
5. **GRUPA ZA SPOLJNU PODRŠKU** (internet press i marketing) formira se od aktivista vičnih internet komunikaciji bez obzira na veličinu mesta. Stalna komunikacija sa GSP mrežom u zemlji i izvan nje koristan je put internog informisanja, razmene informacija, kao i dostavljanja informacija sa terena većim centrima ili Beogradu (npr. slike sa akcije u malom mestu internet distribucijom najbrže dospevaju na sajt OTPOR!a, ali i redakcije centralnih medija, ukoliko oni nemaju fotoreportere u mestu u kome se sprovodi akcija).



SARADNJA GRUPA – STVARANJE ŠTABA I EFIKASNOG TIMA

Protok informacija, ideja i inicijativa ključni su faktor dobro funkcionisanja OTPOR!a. To je razlog što se aktivisti obučavaju po priloženoj šemi, a zatim povezuju na lokalnom nivou u telo označeno kao ŠTAB. Funkcionisanje štaba zasniva se na principima:

1. Podela zaduženja i odgovornosti između predstavnika grupa.
2. Redovne komunikacije između predstavnika grupa.
3. Planiranje aktivnosti po modelu Action Plannera (u prilogu).

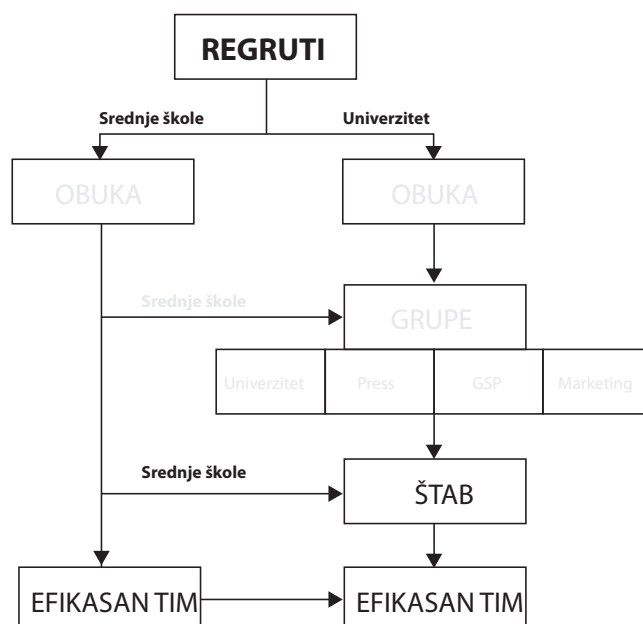
Sednice štaba održavaju se po pravilu dve nedelje nakon predstojeće aktivnosti, a zatim dinamikom koju diktira Action planner. Štab je pravo mesto da ideje i inicijative koje su izneli aktivisti – pripadnici različitih grupa, budu diskutovani i procenjivani, da bi na kraju bili u najboljem obliku sprovedeni u delo.

Prerastanje štaba u efikasan tim zavisi od niza faktora na koje bi treneri morali da obrate posebnu pažnju:

1. Inicijative pojedinaca trebalo bi pre štaba analizirati i uobličiti na sastancima grupa.
2. Predstavnici svih grupa učestvuju u radu štaba.
3. Smisao sastanaka štaba je podela posla, utvrđivanje dinamike i LIČNO zaduživanje pojedinaca da nešto urade (o čemu treba voditi beleške i proveravati urađeno kako čitava akcija ne bi propala zbog nečijeg kiksa).
4. Postoji opasnost od uzurpacije pozicije na štabu – predstavnici grupa koji dolaze na štab NISU NIKAKVI FUNKCIONERI (toga u OTPOR!u nema), već ljudi koji dolaze da iznesu inicijativu grupe i preuzmu deo odgovornosti za posao... zato je prisustvo većeg broja aktivista, bez obzira na grupu u kojoj su aktivni ne samo „dozvoljeno“ nego i poželjno na sastancima štaba.

EFIKASAN TIM, dakle, možemo stvoriti samo stalnim angažovanjem velikog broja ljudi, jasnom podelom posla i lične odgovornosti za pojedine segmente tog posla. Kada naši aktivisti jednom nauče da uspeh neke akcije zavisi od SVIH GRUPA počće da se odnose jedni prema drugima sa odgovornošću i novim poštovanjem, i naši aktivisti postaće EFIKASAN TIM.

NAPOMENA: sastanke štaba trebalo bi uvek započeti motivacionim govorom, u kome se posebno ističe značaj akcije koja je tema sastanka, i uloga pojedinih grupa upravo u toj aktivnosti. Analiza uspešnih akcija najbolja je promocija timskog rada, i to treba stalno naglašavati.



MOTIVACIJA

Aktivisti koji posvećuju vreme i trud našoj organizaciji žele da se osećaju delom te organizacije, žele da budu pitani, kao i da mogu da utiču na odluke koje se u toj organizaciji donose. Činjenica da ih drugi ljudi pitaju za mišljenje, i uvažavaju njihovo stanovište, pokazuje koliko su oni ozbiljno shvaćeni. Čak i ako aktivisti ne rade svakoga dana, ne treba ih odvajati od grupe s kojom rade. Kada aktivisti predlažu promene u organizaciji, treba saslušati šta imaju da kažu. Dobar način da se to uradi je putem „kutije za predloge“ koja bi bila dostupna svim aktivistima.

Mogućnost uticaja čak i na najmanje stvari u radu neke organizacije predstavlja posebnu vrstu motivacije, jer to može pomoći da se aktivista oseća kao deo te organizacije i kao neko ko može pomoći da se promeni način na koji ona funkcioniše.

Mnogi ljudi se ne osećaju komotno kada dođu u novu sredinu. Zbog toga je važno da organizacija upozna aktiviste sa detaljnim opisom njihovog posla. Organizacija takođe treba da obezbedi ugodnu atmosferu i objasni poslove propisanim redom. Aktiviste bi trebalo provesti kroz organizaciju i upoznati sa ljudima sa kojima će sarađivati. Taj, ponekad simboličan čin, ima važnu funkciju. Time se aktivisti saopštava sledeće: **„Vidite, mi vas tretiramo kao punopravnog člana naše organizacije; od ovog trenutka, vi ste jedan od nas“**.

Početna prijatna atmosfera otvara vrata ka daljoj saradnji.

Nakon predstavljanja organizacije u celini, trener bi trebalo da jasno odredi posao i plan obuke za novu osobu. Period obuke zavisi od poslova koje će aktivista obavljati. Na samom početku, kada se aktivista ne oseća sigurnim u svojim poslovima, nameće se potreba za pomoći i podrškom trenera. Trener je osoba koja održava kontakt sa aktivistima i motiviše ih. Važno je reći: **„Je li sve u redu? Da li imate sve što vam je potrebno? Kako je na poslu?“**

Motivi regrutovane osobe i osobe koja obavlja tu registraciju mogu biti slični, i to će, svakako, olakšati njihovu komunikaciju.

Kada organizacija jednom stekne uvid u šire razumevanje svojih potreba i karakter osobe koju traži, u to kako da obučava, pripremi, podrži i nagradi tu osobu, onda može da razmišlja o tome kako da nađe pravog aktivistu.

Motivacioni govor

Na početku svako sastanka sa trenerom, novim regrutima ili akcionim timom dobro je održati kraći motivacioni govor. Ako se radi o bilo kojoj grupi ljudi od kojih se očekuje učešće na nekoj od sledećih akcija, aktiviste je najbolje na početku sastanka pohvaliti za uspehe u prethodnim aktivnostima. Brojčani podaci o npr. broju regrutovanih ovog meseca, ili o medijskoj zastupljenosti vašeg ogranka organizacije pomoći će da se aktivisti osećaju korisnim i uvažavanim. Da je rad ono što se ceni pokazuje najbolje pohvala pojedinaca za trud u nekom poslu.

Sledi najava predloga za novu aktivnost, posle koje sledi objašnjenje „Šta ćemo sve postići ukoliko izvedemo i sledeću aktivnost“ (koliko novih članova, medijskog prostora ili podrške naših komšija u onome što radimo).

Zatim se istakne potreba za ozbiljnom pripremom sledeće akcije i ta priprema izloži u kratkim crtama.

Na kraju motivacionog govora treba dodatno motivisati ljude rečenicom tipa „Ali ja znam da naša grupa to može da izvede“.

Motivacioni govor dobro je održati i pred velike događaje (veliki javni skupovi, početak kampanje).

ODAVANJE PRIZNANJA

Federik Herzberg (Herzberg) je svrstao ljudske potrebe u dve kategorije:

1. **Potrebe za podrškom** - koje su u vezi s osećajem sigurnosti, radnim uslovima, odnosima s drugima i novcem. Herzberg je uočio da ovi faktori sami po sebi ne motivišu ljude, ali njihovo odsustvo bi, sasvim sigurno, imalo za posledicu nedostatak motivacije. Na primer, garantovanje odgovarajućih uslova za rad neće, samo po sebi, podstaći ljude da rade. Sto ili stolica koju volonter dobije neće podstaći tu osobu da ostane i potruži se da radi bolje. Odsustvo tih pogodnosti može, međutim, dovesti do toga da jedna napusti organizaciju.
2. **Motivacione potrebe** su povezane s traženjem i postizanjem zadovoljstva. Motivacioni činioci su:
 - Postignuće;
 - Priznanje;
 - Novi izazovi;
 - Veća odgovornost; i
 - Odrastanje i razvoj.

Svakodnevno okruženje mladih ljudi, često može da zadovolji sve njihove potrebe. Iz tog razloga, aktivnost u OTPORu može predstavljati dobru promenu, jer dopušta ljudima da izbegnu rutinu i dosadne svakodnevne obaveze. Obično pokušavamo da radimo one stvari koje nam se čine važnim i značajnim za zadovoljenje naših vlastitih potreba. Ali, volontiranje može, takođe, zadovoljiti i potrebe za kontaktima sa drugim ljudima, te sa bliskošću, samoispunjenjem i promovisanjem određenih vrednosti. Sa druge strane, AKTIVIZAM je retka osobina koja se novcem ne može platiti. Ljudi koji volontiraju mogu obavljati poslove koje, inače, nikad ne bismo mogli da im platimo! Kako bi recimo mogla da se plati ideja nekog aktiviste koja, kroz akciju OTPORa, donosi naslovnu stranu „Blica“?

Aktivisti koji posvećuju vreme i trud nekoj organizaciji žele da se osećaju delom te organizacije, žele da budu pitani, kao i da mogu da utiču na odluke koje se u toj donose. Činjenica da ih drugi ljudi pitaju za mišljenje, i uvažavaju njihovo stanovište, pokazuje koliko su oni ozbiljno shvaćeni. Čak i ako aktivisti ne rade svakoga dana, ne treba ih odvajati od grupe s kojom rade. Kada aktivisti predlažu promene u organizaciji, treba saslušati šta imaju da kažu. Dobar način da se to uradi je putem „kutije za predloge“ koja bi bila dostupna i na vidnom mestu.

Mogućnost uticaja čak i na najmanje stvari u radu neke organizacije predstavlja posebnu vrstu motivacije, jer to može pomoći da se aktivista oseća kao deo te organizacije i kao neko ko može pomoći da promeni način na koji ona funkcioniše.

Nagrađivanje aktivista

OTPOR mora stalno da vodi računa o načinima na koje može da nagradi svoje aktiviste. Ljudi vrlo često zaborave koliko je važno da oni koji s njima rade budu motivisani za rad. Nagrade pokazuju da li organizacija odaje priznanje ljudskim vrednostima. Trener treba da stvori osećaj kod aktivista da su cenjeni. Najvažnija nagrada je kazati – *hvala*. Ali, nagrada je i kada stvorimo prijatnu atmosferu za rad, upamtimo ime i kada mu posvetimo svoje slobodno vreme.

S vremena na vreme, trener bi trebalo da organizuje sastanak sa svim aktivistima i da „im preda nagrade“. Tom prilikom treba sve podsetiti na misiju, strukturu i politiku organizacije. Na taj način organizacija dozvoljava aktivistima da prepoznaju svoje mesto u celokupnoj strukturi. Za uspešnu motivaciju neophodno je videti samoga sebe u kontekstu vrednosti i uspeha cele organizacije.

Drugi oblici nagrađivanja aktivista uključuju:

- Davanje bedževa sa znakom organizacije;
- Spominjanje imena aktivista kao pozitivnog primera;
- Pozivanje aktivista na neformalne sastanke tima;
- Pomoć u razvijanju i sticanju novih veština.

Izrazi zahvalnosti će dovesti do željenih rezultata ukoliko upamtite da bi neko trebalo da:

- Vrlo često izražava zahvalnost;
- Koristi razne oblike priznanja;
- Bude iskren;
- Ispolji zadovoljstvo nekom osobom, a ne samo poslom;
- Zapamti da priznanje mora biti u skladu sa ostvarenjima;
- Koristi iste ili slične nagrade za jednaka ostvarenja;
- Pokloni posebnu pažnju onim ostvarenjima koje aktivista najviše ceni.

Pored podsticanja motivacije, nagrađivanje doprinosi dobroj radnoj atmosferi i promoviše efikasnost.

NADGLEĐANJE

1. Osobina aktivista

Koje su osobine dobroj aktiviste? To je jedno kontroverzno pitanje koje obično izaziva burne rasprave tokom obuke. Najčešće se spominju sledeći kvaliteti: otvorenost, senzibilnost, sposobnost za saradnju, profesionalnost, spremnost da se radi bez materijalne nadoknade, tolerancija, jaka motivacija i odsustvo nekog interesa. To su upravo i osobije koje je potrebno nadgledati u radu sa aktivistima.

2. Rad aktivista

Rad aktivista treba da bude efikasno organizovan i profesionalno obavljan. Aktivista može obavljati sve vrste poslova za koje je zainteresovan i koje želi da radi. Ali, koji god posao da rade, aktivisti treba da ga rade profesionalno.

U određivanju zadataka koje aktivisti obavljaju, organizacija treba da sagleda posebne sposobnosti svakog pojedinca (to se radi uz pomoć pristupne kartice i prvog razgovora sa aktivistima).

Nakon prvog razgovora i popunjavanja pristupne kartice aktivisti se dele u grupe. Njihov rad i angažovanje svaki trener treba da nadgleda.

3. Rad trenera

Svaki trener takođe treba da zadovolji određene osobine, koje se s druge strane i nadgledaju. To podrazumeva da trener:

- želi da obavlja funkciju trenera – koordinatora aktivista,
- želi da radi sa ljudima,
- ima dara za rukovođenje, i
- ima dovoljno vremena da obavlja tu funkciju.

Treneri bi trebalo da budu stalno dostupni, tako da mogu ispunjavati sve dužnosti koje taj posao zahteva.

Podrška i nadgledanje aktivista

Aktivisti najčešće postavljaju sledeće pitanje: „**Ko će mi pomoći u slučaju da mi je potrebna pomoć? Mogu li se, u teškim trenucima, obratiti nekome za pomoć, pogotovo ako nisam uspešan u onome što radim?**“ Za takve stvari je uglavnom odgovoran trener. Odgovarajuća tehnička podrška, kao što su radni prostor za tu osobu, pristup mašini za fotokopiranje, kompjuteru i drugoj opremi neophondoj za taj posao, takođe je bitna.

Trener bi trebalo da bude prijatna osoba koja brine o aktivistima. Kad postoji potreba trener bi trebalo da pruži podršku aktivistima, naročito ako oni nisu uspešni. Zbog toga je stalni kontakt obavezan. On se može održavati putem pojedinačnih sastanaka, ali **trebalo bi održavati i česte sastanke svih aktivista**. Stalna komunikacija omogućava razmenu informacija o tome šta se zbiva i da li je došlo do nekih promena. Dobra komunikacija i otvorenost sastanaka sprečava aktiviste da odu. Kada trener stvori atmosferu poverenja, aktivisti će se dobro osećati u toj organizaciji.

Trener je odgovoran za ispravno obavljanje zadataka aktivista i treba da traži od aktivista da se drže svega onoga što je dogovoreno. Trener je obavezan da organizuje posao tako da svako jasno razume šta se od njega i od drugih očekuje. Trener treba da pruži šansu svakom aktivisti, koji to želi, da napreduje, i trebalo bi da podrži sve one koji imaju problema u sprovođenju zadataka.

Odnos između aktivista i organizacije

Aktiviste treba upoznati sa aktivistima drugih grupa ili gradova i protokom informacija, pozivati ga na sastanke i redovno obavешtavati o politici same organizacije. Ne bi trebalo ignorisati ni pojedinačne želje i potrebe, kao ni ograničene i senzitivnost aktivista.

Najvažniji poslovi organizacije u odnosu prema aktivistima:

- Definisati pojam „aktivista“ u zavisnosti od konkretne situacije.
- Odrediti šta aktivista može da učini za organizaciju.
- Opisati tip ličnosti i veštine koje organizacija očekuje od aktivista.
- Razumeti potrebe i aktivista i organizacije.
- Osmisliti dobar metod regrutovanja.
- Održavati opšte informativne sastanke.
- Osmisliti opis posla.
- Koordinisati obuku i unapređenje aktivista.
- Razumeti i podsećati misiju organizacije.
- Podržavati i nadgledati aktiviste.
- Osmisliti sistem nagrađivanja aktivista.

PROCENA UČINJENOG

Treneri – analiza ciklusa

I Deo – Tehnička analiza treninga – Šta je bilo dobro

- Timovi,
- Koliko ljudi je prisustvovalo treningu – koliko je pozvano i koliko je došlo,
- Koliko dugo je trajao trening – planirano i stvarno vreme trajanja,
- Koliko materijala je podeljeno – šibice, nalepnice, bedževi....

II deo – Motivacioni govor

- Na osnovu rezultata drži se motivacioni govor – koliko ljudi je prošlo obuku, koliko radnih sati je „utrošeno“, i koliko materijala je podeljeno, tj. koliko korisnih sati je proizvedeno.

III deo – Tehnička analiza treninga – Šta je bilo „loše“ tj. da li nešto treba menjati

- Baza podataka – dokle se došlo sa sređivanjem baze podataka & šta se radi za sledeći ciklus
 - a) šta se radi sa aktivistima koji su se pojavili – kad se zovu,
 - b) šta se radi sa aktivistima koji su obećavali da će doći, a nisu došli – da li se zovu ponovo i kad
 - c) šta se radi sa aktivistima koji nisu došli tj. rekli su da ih ne zanima obuka.
- Veličina grupe – analiza po timovima šta ako je grupa velika/mala,
- Vreme održavanja treninga – analiza da li su se treninzi poklapali, da li trajali duže/kraće od planiranog i zašto,
- Da li je bilo problema sa prostorijama – npr. ulaze ljudi za vreme treninga...
- Da li je bilo dovoljno materijala,
- Da li nešto treba izmeniti za sledeći ciklus – od tehničkih stvari.

IV deo – Analiza treninga i trenera

- Iskustvo trenera – pojedinačno i timski – šta je bilo dobro, a šta loše,
- Kontrolisanje grupe,
- Kakvi su ljudi + ideje + kako reaguju na priču + neke zanimljivosti.

V deo – Plan sledećeg ciklusa

- Kalendar planiranja održavanja sledećeg ciklusa – ko (koji su timovi), kad (kad drže trening), šta (teme koje pričaju), s kim (koje ljude zovu – baza podataka aktivista).

VI deo – AKCIJA

- Univerzitet – planiranje akcije (press, marketing, univerzitet),
- Srednje škole – planiranje akcije (press, marketing, srednje škole).

TIM	KOLIKO LJUDI		KOLIKO TRAJE TR.		PODELJEN MATERIJAL			NAPOMENA
	pozvano	došlo	planirano	stvarno	šibice	bedževi	nalepnice	
Branko&Ana	16	12	1:30	1:30	100	20	100	Dobra grupa
Aca&Tanja	15	24	1:30	1:45	200	50	300	Velika grupa
Miloš&Saška	17	28	1:15	2:00	100	30	100	OK
Rade&Milena	12	4	1:15	0:40	20	10	30	Ljudi nisu došli a obećali su
UKUPNO	60	68	5:30	5:55	420	110	530	

TIMOVI	Ponedjeljak	Utorak	Sreda	Četvrtak	Petak	Subota	Nedelja
PRESS ko šta				Najava	Akcija Otpor X	Saopštenje	
				Damir & Tamara	Srećko & Milena	Beli & Tamara	
				Zvanje novinara i najava akcije	Praćenje akcije na terenu	Saopštenje posle akcije	
MARKETING ko šta					Akcija otpor xX		
	Dejan & Duda		Kristina & Viktor & Igor & Sale	Duda	All		
	Flyers and material preparation		Rekviziti	Šetalica	ACTION		
UNIVERZITET ko šta					Otpor X action		
					Branko		
					Punktovi na fakultetima		
SREDNJE ŠKOLE ko šta							

SWOT analysis (Message Box)

SWOT analysis is one of the techniques used for analysis and planning of OTPOR! activities. It is based on the consideration of certain issues through all the “angles”, namely:

- **STRENGTH** – *analysis of our strong points* that the opponent team does not have. What is it that we can highlight as our strengths, i.e. *What we think about ourselves*.
- **OPPORTUNITIES** – *analysis of our opportunities* in the action. This segment should answer the question where we can attack the other, opponent team, i.e. *What we think about them*.
- **WEAKNESSES** – *analysis of our weak points* in the sense where the opponent team could attack us, i.e. *What they think about us*. The analysis of this part must answer the question where they would attack us for us to defend ourselves or predict and prevent the attack (if we want to).
- **THREATS** – *analysis of their strengths*. This segment focused on their strong points and what “not to mess with”. On the other hand, this segment is about *What they think about themselves* and what they would highlight as their strengths.

When designing an action or a message (message box), all four aspects should be analysed, as that is the only way to predict our own action in the right way, by considering it from all angles.

The two upper fields let us point out our strengths and use all the advantages of our field action.

The two lower fields should be predicted and analysed to prevent the other side from “spoiling” our action. There are some fields where they are strong and that has to be predicted and an action designed accordingly.

IMPORTANT – with designing an action (message), it is not relevant which field we are starting from, i.e. which field is our starting point of action, but it is relevant and necessary to consider the action from all the angles and “drag it along all four fields”.

SWOT analiza (Message Box)

SNAGA (Mi o sebi)	MOGUĆNOSTI (Mi o njima)
SLABOSTI (Oni o nama)	PRETNJE (Oni o sebi)

RAZLOZI

Zašto se ljudi priključuju grupama?

Postoje četiri glavna razloga zbog kojih se ljudi priključuju grupama:

1. Učestvovanje u grupi zadovoljava neku njihovu potrebu.
2. Sviđaju im se ljudi koji su u toj grupi.
3. Vole aktivnosti kojima se grupa bavi.
4. Veruju u stvar ili ideju za koju se grupa bori.

Šta grupe čini privlačnim?

- To što su prestižne (pesnica je „in“, najveća hrabrost u Srbiji je biti OTPORAš),
- To što su uspešne (svaka naša akcija uspeva),
- To što lepo prihvataju nove članove (ti si nam potreban),
- To što su dobro organizovane (zna se ko šta radi i kada),
- To što ljudi lepo sarađuju (nema lidera, samo TIM je važan),
- To je prilika da se upoznaju novi ljudi (5000 u 76 mesta),
- To što su ciljevi privlačni (ideja OTPORa je univerzalna),
- Sa poteškoćama se uvek izlazi na kraj (mi imamo plan),
- Ne zahtevaju previše vremena (kada zahtevaju, isplati se),
- Otvorene su za nove ideje (svačija ideja je dobrodošla),
- Ima mnogo zanimljivih poslova koji treba da se obave.
-

Dvadeset razloga da budemo aktivisti

1. Da pomognemo drugima,
2. Da naša zemlja postane normalna,
3. Da upoznamo nove ljude i steknemo nove prijatelje,
4. Da osetimo da smo nekome potrebni,
5. Da budemo deo tima,
6. Da nam ne bude dosadno,
7. Da steknemo status,
8. Da dobijemo priliku da radimo za nešto u šta verujemo,
9. Da pokažemo da smo ljudi,
10. Da dobijemo na samouverenosti,
11. Da se pojavimo u javnosti,
12. Da mirno spavamo znajući da radimo koristan posao,
13. Da se upoznamo sa važnim ličnostima

14. Da provedemo prijatno vreme sa vršnjacima,
15. Da ostvarimo poslovne veze,
16. Da ovladamo novim veštinama,
17. Da održimo ili poboljšamo veštine koje posedujemo,
18. Da sistematski pratimo sopstveni napredak u nekim oblastima,
19. Da naučimo/razumemo nove koncepcije i nove ideje.
20. Da ispunimo svoj život i svoje vreme novim sadržajem.

Razlozi zbog kojih aktivisti odlaze

- Neko je bio neljubazan prema njima,
- Regrutovani su i niko im nije dao zaduženja,
- Određeni su da rade posao koji im ne leži,
- Obećano im je više nego što mogu da dobiju,
- Niko im nije objasnio svrhu posla,
- Nije im organizovana zadovoljavajuća obuka,
- Nije bilo opisa radnog mesta,
- Zadaci nisu predstavljali izazov,
- Niste obraćali pažnju na ograničenost njihovog vremena,
- Naređivano im je da rade, niko ih nije zamolio,
- Niko im se nikada nije zahvalio,
- Atmosfera je hladna i/ili napeta,
- Male grupe rukovode svim(a),
- Sastanci su dugački, haotični i dosadni,
- Niko se ne zabavlja,
- Niko im nije pomagao niti davao podršku,
- Nikada niko nije procenjivao njihov rad,
- Niko ih nikada nije pitao za mišljenje,
- Nisu imali predstavu o tome zašto nešto treba da urade,
- Bilo je previše sukoba ličnosti,
- Ništa novo nisu naučili,
- Nije bilo prilike da se napreduje,
- Suviše često se od njih tražilo da urade mnogo,
- Istrošili su se.

CIKLUS ZADRŽAVANJA AKTIVISTA

Regrutuj kada za to ima potrebe

Jasno odredi odgovornosti

Prava osoba za pravi posao

Objasni i obuči

Motivacija