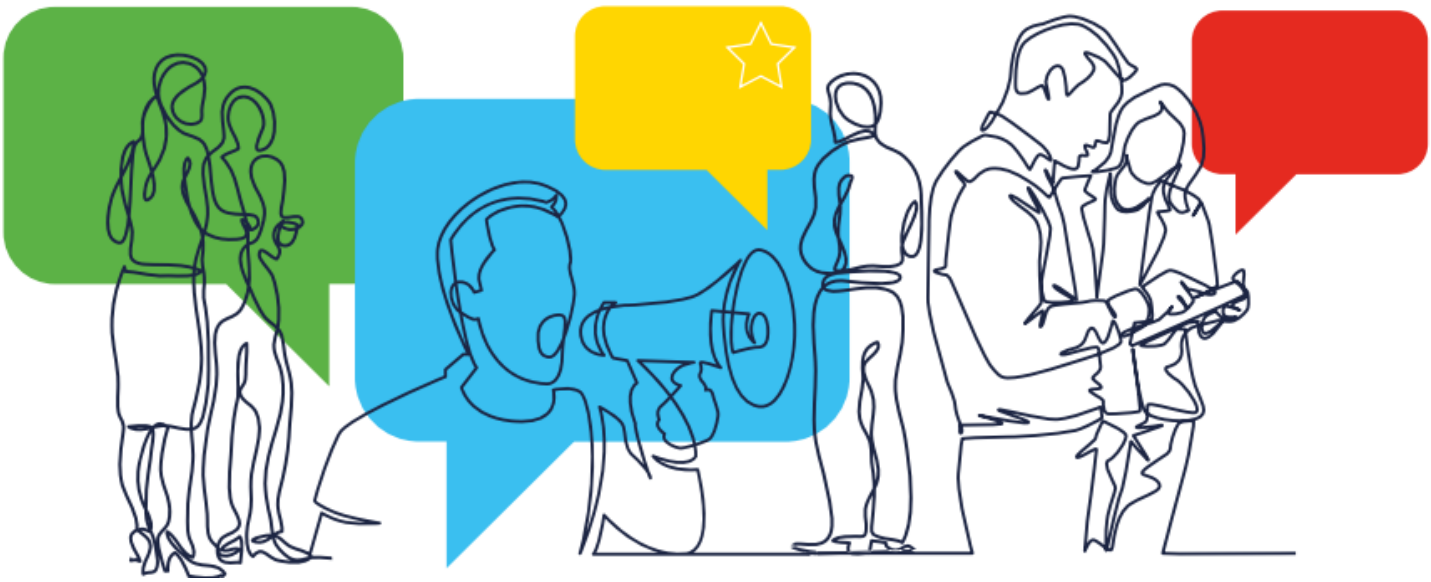
LEARN

EIROPAS PILSOŅU INICIATĪVAS FORUMS

Kā ieteicams veidot jūsu EPI komandu



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

Kāpēc labi strukturēta komanda ir panākumu atslēga

Eiropas pilsoņu iniciatīvas (EPI) kampaņām ir nepieciešama **starptautiska koordinācija, skaidra komunikācija un noturīga struktūra**. EPI kampaņas īstenošana izpaužas kā vairāku valstu līmeņa kampaņu koordinēšana. Tās ir individuāli pielāgotas konkrētajam reģionam iniciatīvas vēstījuma sekmīgākai nodošanai attiecīgo valstu auditorijai. Labi strukturēta, pārdomāti veidota komanda ļauj izvērst kampaņu plašāk, pienācīgi reaģēt uz negaidītiem notikumiem, maksimāli izmantot radušās iespējas un uzturēt impulsu.

Iespējams, ka izlemsiet decentralizēt savu kampaņu. Tas var ietekmēt vispārējo stratēģiju.

- Padomājiet par **transnacionālo iespēju izmantošanu**, ES mēroga koordinācijas veicināšanu un juridisko prasību ievērošanu.
- Savukārt valstu komandas īsteno kampaņas stratēģiju vietējā līmenī, **adaptējot to reģionālajam kontekstam**, pielāgojot vēstījumus un vadot parakstu vākšanu attiecīgajā valstī.
- **Skaidri formulēti uzdevumi, pienākumi un uzdevumi** gan Eiropas, gan valstu līmenī ir priekšnoteikums, lai EPI spētu efektīvi darboties pāri robežām un gūt būtisku ietekmi.

Kā sākt no paša sākuma

Ja veidojat kampaņu no pašiem pamatiem, **apsveriet, vai vajadzētu iesaistīt pieredzējušus aktīvistus un kampaņu dalībniekus**. Aktīvistu pieredze pilsoniskajā mobilizācijā ir **ļoti svarīga tādai transnacionālai kampaņai kā EPI**, kurā ļoti daudz kas ir atkarīgs no tā, vai ir izprasta dažādu sabiedrību iesaistīšanas un pārrobežu dinamikas sarežģītība. Viņu pieredze palīdz racionalizēt strat ēģiju, samazināt apmācības laiku un nodrošina, ka jūsu komanda var efektīvi risināt tieši jūsu EPI

piemītošās problēmas.

Vissvarīgākais ir sākt stratēģiski: piešķirt svarīgākās lomas saskaņā ar jūsu kampaņas mērķiem.

Organizatoru padoms

Liela iniciatīvas *PsychedeliCare* komandas daļa bija psiholoģijas, psihiatrijas, medicīnas un pētniecības speciālisti. Daudzi no viņiem bija nepieredzējuši pilsoniskā aktīvisma jomā, taču viņu pienesums bija **padziļ ināts speciālās zināšanas par iniciatīvas tematu**. Šī viņu izglītība un pieredze **izrādījās vērtīga, jo pal īdzēja nodrošināt uzticamību, satura izstrādi un palīdzēja arī aizsniegt** citus šīs jomas speciālistus. Šīs iniciatīvas organizatori tomēr iesaka turpmākajiem EPI organizatoriem, kad vien iespējams, aktīvi iesaistīt pieredzējušus aktīvistus, jo tas var palīdz racionalizēt koordināciju, saīsināt laiku, kas cilvēkam vajadzīgs, lai izlemtu iesaistīties, un jau no paša sākuma stiprina kampaņu struktūru.

Jau pastāvošu organizāciju izmantošana

Iesaistot jau pastāvošas pilsoniskās sabiedrības organizācijas, var izmantot tādas priekšrocības kā **jau esoši tīkli**, **administratīvā kapacitāte**, **speciālās zināšanas** un **uzticamība**. Tas var **atvieglot informēšanu, līdzekļu vākšanu un turpmāku partnerību veidošanu**, un rodas arī iesp ēja izveidot **ES mēroga koalīciju**, kas mobilizē savus dalībniekus jūsu EPI vajadzībām.

Organizatoru padoms

Iniciatīva *My Voice, My Choice* savu kampaņas komandu sekmīgi izveidoja, par pamatu ņemot kādu Slovē nijā strādājošu NVO. Tas organizatoriem nodrošināja tūlītēju piekļuvi komunikācijas infrastruktūrai un jau esošai auditorijai, kā arī palīdzēja ātri piesaistīt vēl citus komandas locekļus un paplašināt iniciatīvas mē rogu, iniciatīvu padarot starptautisku.

Starptautiskas komandas vadība

Vairākās valstīs izvietotas EPI komandas koordinēšana neizbēgami sagādā grūtības – lingvistiskas, loģistiskas un ar kultūras atšķirībām saistītas.

- **Skaidra komunikācija un elastība** ir priekšnoteikums starptautisku komandu koordinētai darb ībai.

- Gādājiet, lai visi **kampaņas materiāli būtu vienkārši un pieejami**, tas palīdz komandas dalī bniekiem no dažādām valstīm savstarpēji saprasties un pielāgoties.

- Apsveriet iespēju iecelt **nacionālos komunikācijas koordinatorus** jūsu mērķvalstīs. Viņi var vadīt centienus nodrošināt, ka viss saturs ir **pielāgots vietējai auditorijai**. Šai personai būtu j āstrādā ar uzticamiem tulkošanas rīkiem vai jāiesaista uzticami cilvēki, kuriem attiecīgā valoda ir dzimtā, lai nodrošinātu, ka galvenie dokumenti un kampaņas vēstījumi atbilst vispārējam iniciatīvas vēstījumam, un lai visās jomās būtu konsekvence, vienlaikus ievērojot reģionālās ī patnības.

Valstu komandu vadība

Apsveriet iespēju nodrošināt materiālus, piemēram, kampaņas pārskatus, vizuālos materiālus, pamatnostādnes un ziņojumu paraugus, ko var izplatīt, izmantojot jau esošos tīklus, lai sasniegtu potenciālos jaunos komandas dalībniekus un brīvprātīgos.

- Ja piedāvāsiet **vienkāršu, atbalstošu “ieeju”, tas palīdzēs vairot uzticēšanos** jūsu komandas darbam un mazinās šķēršļus, kas attur no iesaistīšanās jūsu kampaņā.

Organizatoru padoms

Lai veidotu valstu komandas, *PsychedeliCare* vispirms vērsās pie partnerorganizācijām, lūdzot atbalstu ieinteresēto brīvprātīgo piesaistīšanā dažādās valstīs. Šīs organizācijas palīdzēja izplatīt uzaicinājumu savos sociālo mediju kanālos un elektroniskajos apkārtrakstos. Kampaņa arī izveidoja saziņas veidlapu sav ā tīmekļvietnē, kur ieinteresētās personas varēja viegli paust interesi, norādot savu valsti. Tā tika vienkā ršots valsts komandas vajadzībām atbilstošu brīvprātīgo piemeklēšanas process.

Tipiska valsts komanda varētu būt, piemēram, šāda:

- **valsts koordinators**, kurš atbildīgs par vietējo ieinteresēto personu iesaistīšanu;
- **satura veidotājs**, kurš kampaņas materiālus pielāgo konkrētās valsts apstākļiem;
- **brīvprātīgo koordinators**, kura uzdevums ir iesaistīt jaunus atbalstītājus.

Līdzīgu kampaņu grupu un lomu “atdarināšana” visās valstu komandās palīdz nodrošināt kampaņas kopējo konsekvenci, kā arī vienkāršo pārvaldību un mēroga izvēršanu.

Koordinācijas rīki un programmatūra

EPI kampaņā efektīva koordinācija lielā mērā ir atkarīga no **digitālo rīku gudras izmantošanas**.

- Saziņu var **vienkāršot, izmantojot tādas ziņojumapmaiņas lietotnes** kā “WhatsApp” vai “Signal”, kur var viegli izveidot grupas.

Organizatoru padoms

Iniciatīva *PsychedeliCare* ļoti aktīvi izmantoja “WhatsApp” grupas kā galveno iekšējās saziņas rīku, kas nodrošināja iespēju efektīvi komunicēt ar brīvprātīgajiem visā ES. Organizatori izveidoja īpašu grupu valstu koordinatoriem, tādējādi nodrošinot ātru informācijas plūsmu, uzdevumu koordināciju un pārrobežu sadarbī bu. Viņu vispārīgais ieteikums citu kampaņu rīkotājiem: **izvēlieties komunikācijas rīkus, kas brīvprāti gajiem jau ir labi pazīstami**, jo tā komunikācija notiks bez šķēršļiem un iekļaujošā veidā.

- **Vizuāli sadarbības** rīki, piemēram, “Miro” un citas tiešsaistē pieejamās baltās tāfeles palīdz komandām būt radošām un strādāt, par pamatu ņemot kopīgi attīstītas idejas. **Pienākumus un darbplūsmas** var efektīvi pārvaldīt, izmantojot tādas platformas kā “Trello”, “Notion” vai “Slack”, jo ar tām var ērti noteikt pienākumus, sekot līdzi padarītajam un nodrošināt pārredzam ību.

Organizatoru padoms

Iniciatīvas *Stop Destroying Videogames* organizatori izveidoja “Discord” kopienu, kurā bija vairāk nekā 4000 brīvprātīgo. Tā tika nodrošināta platforma, ko varēja izmantot, lai **vajadzības gadījumā ātri saņemtu atbalstu**. Platformā “Discord” kampaņu organizatori arī var norādīt brīvprātīgo pārstāvēto valsti un viņu stipr ās puses, norādīt vietējos ietekmētājus un organizēt ātru reaģēšanu un darbības.

Lai arī nekas neaizstāj cilvēkus un viņu radīto vērtību, **mākslīgā intelekta rīki var būt vērtīgi automātiski palīgi**, veicot daļu kampaņas komandas darba.

- Piemēram, ar “ChatGPT” palīdzību varat **izveidot paši savu jūsu kampaņai individuāli piel āgotu *GPT*** (ģeneratīvu priekšapmācītu pārveidotāju), kurš apmācīts ievērot jūsu kampaņas vadlīnijas, toni un konsekventi izmantot kampaņas zīmolu, lai palīdzētu īstenot kampaņas strat

ēģiju, apzināt potenciālus partnerus, piesaistīt brīvprātīgos un lai sniegtu atbalstu grafiku sastā dīšanā un plānošanā.

- **Video rediģēšanas un attēlu radīšanas rīki**, piemēram, “Runway” un “Midjourney”, var vienk āršot radošo procesu un radīt kvalitatīvus materiālus sociālo mediju iesaistei, kampaņas materi ālus, kā arī vizuālos stāstus.

- **Tulkošanas rīki**, piemēram, “DeepL” var noderēt, lai kampaņas materiālus lokalizētu vairākās valodās.

Ja modernos **mākslīgā intelekta rīkus izmantosiet apdomīgi un tikai tad, ja trūkst cilvēku palī dzības, tie var ietaupīt jūsu resursus un laiku**, lai jūs tos varētu vairāk ieguldīt stratēģijas un tīklu veidošanā.

Darba dalīšana: Eiropas līmenis un valstu līmenis

Būtiska EPI kampaņas panākumu daļa ir atkarīga no spējas attīstīt visaptverošu sadarbību, kurā integrētas Eiropas un valstu līmeņa speciālās zināšanas. Lūk, daži ieteikumi par to, kā jūsu kampaņ ai var strukturēt efektīvas komandas un koordinēti darboties.

Organizatoru padoms

Iniciatīvas *My Voice, My Choice* organizatoriem viena no prioritātēm bija spēcīgas un konsekventas **zīmola identitātesnodrošināšana visās valstu komandās**. Pamatkomanda Slovēnijā nodrošināja, ka vēstījums, vizuālie materiāli un kampaņas stils dažādās valstīs paliek ir vienoti, vienlaikus ļaujot valstu komandām **saturu nedaudz pielāgot vietējai realitātei**. Šī konsekvence vairoja kampaņas **atpazīstamību**, atbalstītāju **uzticēšanos** un palīdzēja saglabāt **vienotu vēstījumu pāri robežām**.

Zemāk izklāstītas visbiežāk sastopamās lomas, ar kuru palīdzību iespējams skaidri precizēt atbildī bas jomas un veicināt netraucētu sadarbību transnacionālas kampaņas struktūrā.

Eiropas līmeņa komandā iespējamās lomas un apakškomandas

- **Politikas komanda:** izstrādā kampaņas politisko nostāju, seko līdzi ES likumdošanas norisēm un sadarbojas ar politikas veidotājiem.
- **Galvenais koordinators:** pārrauga kampaņu, nodrošina, ka visi elementi darbojas saskaņoti, un ir galvenais pārskatatbildības punkts.
- **Komunikācija, sabiedriskās attiecības un sociālie mediji**: veido kampaņas publisko vēstī jumu, uztur attiecības ar presi un citiem medijiem, pārrauga sociālo mediju stratēģiju un veido kampaņas “zīmola” atpazīstamību.
- **Satura veidotājs**: rada tiešsaistes platformām domātu saistošu, kampaņas pamatidejai atbilstošu digitālo saturu, lai palielinātu sasniedzamību, rosinātu iesaistīšanos un radītu virālo potenciālu.

Organizatoru padoms

Iniciatīvas *My Voice, My Choice***sekmes lielā mērā bija atkarīgas no sociālu mediju iesaistes**. Tiešsaistes platformas kļuva par **jaunumu (saistībā ar demokrātiju un pamattiesībām) un informācijas apmaiņas centrmezgliem** un deva iespēju ātri reaģēt uz globāliem notikumiem. **Konsekventi daloties ar v ērtīgu saturu, organizatori iesaistīja atbalstītājus** un izplatīja aicinājumu parakstīt šo EPI, kā arī saglabā ja impulsu un ap savu mērķi veidoja kopienu.

- **Juristu komanda:** konsultē par ES un valstu juridiskajām prasībām, izstrādā noteikumus un atrunas, nodrošina atbilstību VDAR.
- **Zinātnes un ekspertu komanda:** veic priekšizpēti, nodrošina zinātniskas vai tehniskas zinā šanas, izstrādā uz pierādījumiem balstītus materiālus un aktīvismu atbalsta ar precīzu un uzticamu publisko komunikāciju ciešā sadarbībā ar sabiedrisko attiecību komandu.
- **Līdzekļu vākšanas komanda:** meklē finansējuma avotus, sagatavo pieteikumus dotāciju saņ emšanai, uztur attiecības ar sponsoriem un plānot kampaņas budžetu.

- **Koalīcijas veidošanas komanda:** vēršas pie NVO un potenciālajiem partneriem, uztur attiecī bas ar sabiedrotajām organizācijām.
- **Tehniskā un IT jautājumu komanda:** pārvalda tīmekļvietni, gādā par digitālo drošību.
- **Administratīvā komanda:** plāno un īsteno kampaņas loģistiku, tostarp pasākumu pārvaldību, ceļojumu koordinēšanu un materiālu nosūtīšanu.
- **Brīvprātīgo vadība:** iesaista jaunus brīvprātīgos, organizē apmācību, nodrošina komandas labbūtību un motivāciju.

Valsts līmeņa komandā iespējamās lomas un apakškomandas

- **Valsts koordinators:** darbojas kā vietējais līderis, koordinē valsts līmeņa centienus un ziņo Eiropas līmeņa komandai.
- **Pasākumu un aktivitāšu komanda:** plāno vietējos pasākumus, organizē kampaņas dalību publiskos pasākumos.
- **Komunikācijas un sociālo mediju komanda:** tulko un pielāgo vēstījumu attiecīgo valstu auditorijai, rada lokalizētu saturu, pārvalda vietējās platformas.
- **Iesaistes un brīvprātīgo vadības komanda:** iesaista jaunus dalībniekus un ievada viņus uzticētās lomas pildīšanā.
- **Tulkošanas komanda:** gādā, lai kampaņas saturs tiktu pienācīgi lokalizēts un pārtulkots.
- **Koalīcijas veidošanas komanda:** sadarbojas ar vietējām organizācijām, ietekmētājiem un medijiem, lai panāktu plašāku atbalstu.

Šīs **lomas var savstarpēji pārklāties, un cilvēki var uzņemties vairākus pienākumus**, pamatojoties uz savām zināšanām un to, cik laika viņiem ir iespēja veltīt kampaņai. Piemēram, komunikācijas un sociālo mediju komanda var tikt apvienota ar pasākumu un aktivitāšu komandu, un tādā gadījumā dalībnieki var nodarboties gan ar satura radīšanu, gan sabiedrības informēšanu par sarīkotiem pasākumiem. Tāpat arī komunikācijas komanda un tulkošanas komanda var strādāt cieši kopā (pārklājoties pienākumiem), nodrošinot tulkojumus un vislabākās stratēģijas, kā vēstījumus pielāgot konkrētu valstu kontekstam.

Organizatoru padoms

HouseEurope! aicināja visus komandas locekļus padomāt par to, kādā veidā tieši viņi vēlas palielināt sabiedrības informētību par iniciatīvas tematu un stāstīt par to. Katru nedēļu **komandas locekļi rotācijas k ārtībā pārņēma sociālo mediju satura veidošanu**. Ikviens sniedza savu ieguldījumu, tā radot viedokļu un satura daudzveidību, kas palīdzēja īstenot kampaņu.

Brīvprātīgo iesaistīšana un vadīšana

Efektīva brīvprātīgo iesaistīšana un vadīšana nav vienkārši tehniska funkcija. Vēl svarīgāks elements šajā procesā ir motivācijas un piederības sajūtas veidošana. Iesaistīšanos ir iespējams stimulēt šādi:

- piedāvājiet **nelielus, bet jēgpilnus uzdevumus**, kas brīvprātīgajiem ļauj sniegt ieguldījumu nepārpūloties;
- atvēliet laiku, lai **izprastu viņu intereses un stiprās puses**, un iedaliet viņiem lomas, kurās vi ņi var justies lietderīgi un gandarīti.
- Pateicoties **skaidri iedalītām lomām, atzinībai no sabiedrības puses un kopienas sajūtai, jūs rosināt brīvprātīgos uzņemties atbildību, savukārt tas palīdz viņiem saglabāt iesaisti** un atdevi arī ilgākā laikā.

Organizatoru padoms

Iniciatīvas *Stop Destroying Videogames* (“Pārtraukt videospēļu iznīcināšanu”) mērķis ir panākt, ka **brīvprātī gie apņemas kampaņai veltīt tikai vienu stundu nedēļā vai mēnesī**. Šāda **pieeja bez spiediena palīdz ēja noturēt tūkstošiem brīvprātīgo** un kampaņai nodrošināja brīvprātīgo ilgstošu iesaisti, jo prasības bija nelielas.

Gatavošanās krīzēm un darbības izvēršana

Krīzes ir neizbēgamas — darbinieki aiziet, tehnoloģija ir nepilnīga, atbalsts sociālajos medijos mazinās. Sagatavojieties, simulējot šos scenārijus!

- **Gādājiet, lai darbinieki apmāca cits citu** un lai neviena darbība nebūtu atkarīga tikai no viena cilvēka.
- Piemēram, ja negaidīti darbu atstāj komunikācijas koordinators, sociālo mediju vadītājam vai satura veidotājam īslaicīgi ir jāspēj pārņemt sakaru veidošanu ar preci un satura plānošanu.

Organizatoru padoms

Iniciatīvas *My Voice, My Choice* organizatori norāda, ka ir **svarīgi, lai būtu plāni neparedzētām situācijā m**, kad nepieciešams aizstāt kampaņas galveno funkciju veicējus. Jau iepriekš sagatavojoties iespējamai personāla maiņai, viņi spēja saglabāt elastību un nodrošināt netraucētu darbību, kad daži komandas dalī bnieki negaidīti pārtrauca darbu.

- **Izmantojiet vairākas tehnoloģiju platformas** un sagatavojiet datu dublējumkopijas.
    - Piemēram, ja svarīgā kampaņas brīdī jūsu galvenajai tīmekļvietnei rodas tehniskas probl ēmas, varat atbalstītājus novirzīt uz jau iepriekš sagatavotu rezerves vietni citā serverī.

Organizatoru padoms

Iniciatīva *My Voice, My Choice* pēc ASV notikušajām vēlēšanām piedzīvoja slēpto bloķēšanu (*shadowbanning*) sociālajos medijos, un tas būtiski samazināja šīs kampaņas pamanāmību lielākajās platformās. Viņu pieredze liecina, cik svarīga ir **digitālā noturība**: nepaļaujieties tikai uz vienu platformu! Lai saglabātu redzamību, organizatori paplašināja klātbūtni alternatīvās platformās, piemēram, “Bluesky” un “Tumblr”. Ja **jau agrīnā kampaņas posmā izmantosiet vairākus digitālos kanālus**, tas palīdzēs saglabāt kontaktu ar sabiedrību arī tad, ja viena no platformām pēkšņi kļūs neuzticama.

- Savām **runaspersonām nodrošiniet** jau gatavas tēzes.
    - Piemēram, kampaņas koordinatora vai komunikācijas vadītāja rīcībā varētu būt īss, trī spunktu vēstījums, ko teikt, ja nākas negaidīti sniegt intervijas medijiem vai publiskus pazi ņojumus. Šie galvenie vēstījumi būtu jau iepriekš jāsagatavo sabiedrisko attiecību komandai ciešā sadarbībā ar ekspertu grupu, lai nodrošinātu gan skaidrību, gan uzticamī bu.

Organizatoru padoms

Iniciatīva *Stop Destroying Videogames* parādīja, ka **noturība pret krīzēm ir ļoti atkarīga no tā, vai ir izveidota labi informēta brīvprātīgo bāze un auditorija**. Kad viņu kampaņu nepatiesi atspoguļoja kāds vadošs šīs nozares pārstāvis, organizatori ātri mobilizēja savu kopienu, lai iesaistītos uz informāciju balstītā diskusijā, novērstu pārpratumus un pārvērstu šo situāciju par iespēju panākt lielāku pamanāmību.

- **Iedaliet brīvprātīgos** pēc viņu prasmēm un pieejamības.
    - Piemēram, brīvprātīgajiem, kuri ir prasmīgi dizainā, var uzticēt ātru satura radīšanu, savukārt tie, kuri spēj kampaņai atvēlēt ierobežotu laiku, var palīdzēt vākt parakstus svar īgākajās kampaņas dienās.

Organizatoru padoms

Iniciatīvas *Ban on Conversion Practices* organizatori norāda, ka cīņai pret sociālo mediju algoritmiem ir jābūt vērienīgai un konsekventai. Tas, vai izdosies saglabāt redzamību, lielā mērā ir atkarīgs no tā, vai jau agrīnā posmā ir izveidota īpaša komunikācijas un sociālo mediju komanda un vai tā bieži publicē ziņas, nodrošina iesaisti un ātru reakciju. Izsakoties viņu vārdiem, “tā ir jūsu cīņa aci pret aci ar algoritmu”.

Jūs varat stiprināt savas komandas gatavību, apmācības un iesaistes procesā iekļaujot EPI foruma apmeklējumu. Piemēram, katra EPI komanda savas kampaņas sākumā tiek uzaicināta uz **videokonferenci ar EPI foruma ekspertiem**. Visu komandas locekļu iepazīstināšana ar EPI paraugpraksi, kampaņas īstenošanas stratēģijām un pieejamajiem resursiem nodrošina kopīgu izpratni par iniciatīvas prasībām un uzlabo kampaņas vispārējo efektivitāti.

Struktūra dara iespējamu stratēģiju

EPI ir kas vairāk nekā tikai parakstu vākšana — tā nozīmē **pārrobežu organizēšanu, centienu saskaņošanu un tādas ilgtspējīgas kustības veidošanu, kas sniedzas tālāk par parakstu vākšanas posmu**. Neatkarīgi no tā, vai esat pieci vai 50 cilvēki, **skaidra struktūra**, **skaidri nodalītas lomas**, **sekmīga iekšējā komunikācija** un **spēja pielāgoties** ir jūsu lielākās priekšrocības.

Lai izveidotu spēcīgu pamatu, mudiniet savu komandu **jau no paša sākuma izmantot tādus resursus** kā EPI forums.

- Praktiski rīki, piemēram, bloga raksts ar praktiskiem stratēģijas padomiem kampaņu organizatoriem un tīmekļsemināra ieraksts par EPI kampaņu struktūrām, sniedz vērtīgu ieskatu par paraugpraksi, kopīgām problēmām un pieredzējušu aktīvistu gūto pieredzi. Šo resursu iekļaušana jūsu komandas darbā un apmācībā nodrošina, ka jūsu kampaņas dalībnieki ir ne tikai motivēti, bet arī ar zināšanām, lai spētu tikt galā ar EPI kampaņas sarežģītību.