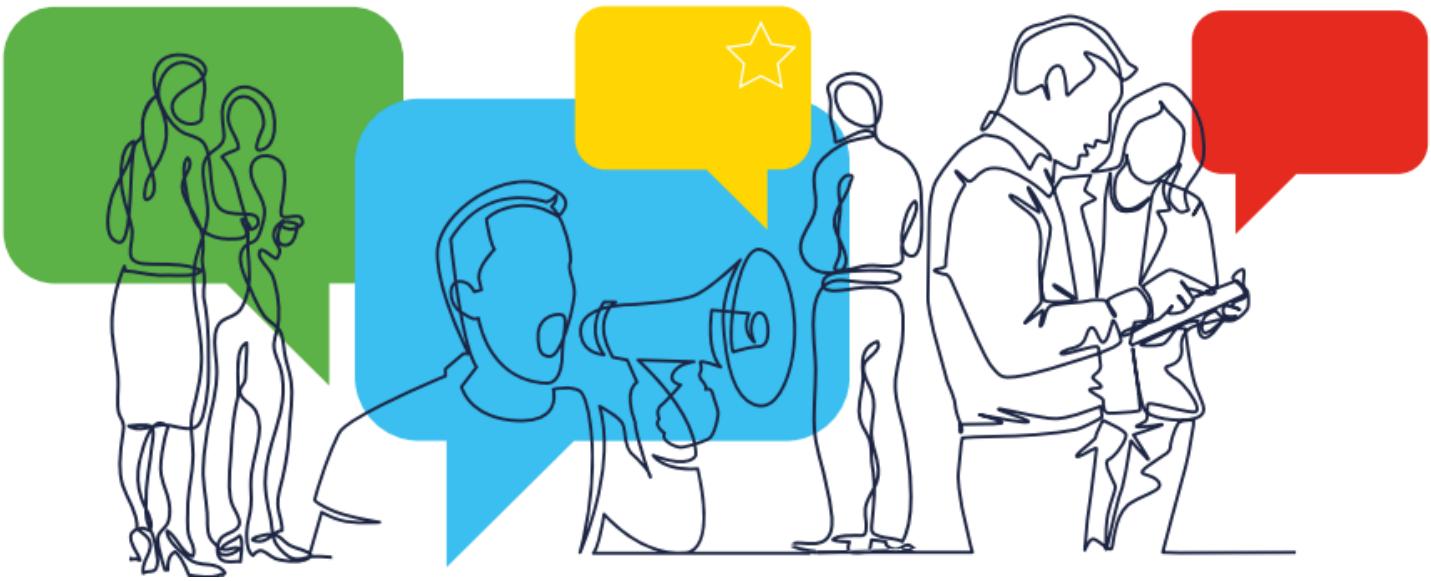
LEARN

FORUM EVROPSKE DRŽAVLJANSKE POBUDE

Kako sestaviti ekipo za evropsko državljansko pobudo



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

Zakaj je dobro sestavljena ekipa ključ do uspeha

Za kampanje evropske državljanske pobude so potrebni **nadnacionalno usklajevanje, jasna komunikacija in trdna sestava**. Pri vodenju kampanje evropske državljanske pobude se usklajuje več nacionalnih kampanj, katerih sporočilo je prilagojeno določeni regiji. Dobro sestavljena in dovršena ekipa omogoča, da se kampanja razširi, ustrezno odzove na nepričakovane dogodke, čim bolj izkoristi priložnosti, ki se pojavijo, in ohrani zagon.

Kampanjo lahko decentralizirate, s čimer se lahko določi splošna strategija.

- Razmislite o **izkoriščanju čezmejnih priložnosti**, spodbujanju usklajevanja na ravni EU in zagotavljanju skladnosti z zakonodajo.
- Nacionalne ekipe medtem izvajajo strategijo kampanje na lokalni ravni in **jo pripravijo za regionalni okvir**, tako da prilagodijo sporočila in si prizadevajo zbirati podpise na terenu.
- Pomembno je, da so na evropski in nacionalni ravni **vloge, odgovornosti in naloge jasno razdeljene**, da bi evropska državljanska pobuda učinkovito delovala čez meje in dosegla trajen učinek.

Začeti iz nič

Če kampanjo pripravljate od začetka, **razmislite, da bi vanjo vključili izkušene aktiviste ali organizatorje kampanj**. Strokovno znanje izkušenih vodij kampanj na področju mobilizacije državljank in državljanov je **ključno za nadnacionalno kampanjo**, kot je evropska državljanska pobuda, pri kateri lahko razumevanje, kako zapleteno je vključevati različne javnosti in obvladovati č ezmejno dinamiko, odločilno vpliva na uspeh. Na podlagi njihovih izkušenj se lahko izpopolni strategija, skrajša čas usposabljanja in vaši ekipi omogoči, da lahko učinkovito rešuje edinstvene izzive evropske državljanske pobude.

Najpomembnejši je strateški začetek – določite ključne vloge glede na cilje kampanje.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji *PsychedeliCare* so velik del ekipe sestavljali strokovnjaki s področja psihologije, psihiatrije, medicine in raziskav in čeprav so bili mnogi med njimi na področju aktivizma novi, so imeli **poglobljeno strokovno znanje**. To izobrazbeno ozadje se je **izkazalo kot dragoceno za zaupanje, razvoj vsebin in doseg** na njihovem področju. Hkrati prihodnjim organizatorjem evropske državljanske pobude svetujejo, da po možnosti dejavno vključijo izkušene aktiviste, saj lahko to že od začetka pripomore k enostavnejšemu usklajevanju, krajšemu uvajanju in krepitvi strukture kampanje.

Uporaba obstoječih organizacij

Uporaba uveljavljenih organizacij civilne družbe ima prednosti, kot so **obstoječa omrežja**, **upravna zmogljivost**, **strokovno znanje** in **verodostojnost**. S tem se lahko **olajšajo doseg, zbiranje sredstev in nadaljnje oblikovanje partnerstev** ter vzpostavi **vseevropska koalicija**, ki se mobilizira za evropsko državljansko pobudo.

Nasvet organizatorjev

Ekipo kampanje *Moj glas, moja izbira* so uspešno sestavljali člani in članice nevladne organizacije s sedežem v Sloveniji. Tako je imela kampanja takojšen dostop do komunikacijske infrastrukture in že obstoječ ega občinstva, zato je lahko hitro pridobila dodatne člane in članice ekipe ter svoj doseg razširila čez meje.

Vodenje čezmejne ekipe

Usklajevanje ekipe za evropsko državljansko pobudo v več državah prinaša neizogibne izzive, ki so jezikovni, kulturni in logistični.

- **Jasna komunikacija in prožnost** sta ključni za ohranjanje usklajenosti mednarodnih ekip.
- Poskrbite, da je vse **gradivo kampanje preprosto in dostopno**, kar članom ekip iz različnih držav olajša razumevanje in prilagajanje.
- Razmislite o **imenovanju nacionalnih koordinatorjev za komuniciranje** v ciljnih državah, ki lahko vodijo prizadevanja, da bi bila vsa vsebina prilagojena **lokalnemu občinstvu**. Ta oseba bi morala uporabljati zanesljiva prevajalska orodja ali sodelovati z zaupanja vrednimi govorci maternega jezika, da bi bili ključni dokumenti in sporočila kampanje usklajeni s splošnim sporo čilom, pri tem pa zagotavljati vsesplošno doslednost ob upoštevanju regionalnih razlik.

Vodenje nacionalnih ekip

Razmislite o zagotavljanju gradiva, kot so pregledi kampanj, vizualno gradivo, smernice in vzorci sporočil, ki jih je mogoče razširjati prek obstoječih mrež, da bi dosegli morebitne nove člane in č lanice ekipe in prostovoljce.

- S ponudbo enostavne **podporne vstopne točke se okrepi zaupanje** pri delu vaše ekipe in zmanjšujejo ovire za sodelovanje v kampanji.

Nasvet organizatorjev

Nacionalne ekipe so pri kampanji *PsychedeliCare* sestavili tako, da so najprej stopili v stik s partnerskimi organizacijami in jih prosili za podporo pri iskanju zainteresiranih prostovoljcev v različnih državah. Te organizacije so pomagale razširjati poziv prek svojih kanalov na družbenih omrežjih in glasil. Na spletišču kampanje je bil na voljo tudi kontaktni obrazec, prek katerega so lahko zainteresirani posamezniki zlahka izrazili zanimanje z navedbo svoje države, kar je poenostavilo povezovanje prostovoljcev s potrebami nacionalnih ekip.

V običajno nacionalno ekipo so lahko na primer vključeni:

- **nacionalni koordinator ali nacionalna koordinatorka**, odgovoren ali odgovorna za kartiranje lokalnih deležnikov,
- **ustvarjalec ali ustvarjalka vsebin**, ki gradiva kampanje prilagaja nacionalnemu okviru,
- **koordinator ali koordinatorka prostovoljcev**, ki pridobiva in vključuje dodatne podpornike.

Vzpostavitev podobnih ekip in vlog v vseh nacionalnih ekipah omogoča usklajenost celotne kampanje, kar močno olajša upravljanje in širitev.

Orodja in programska oprema za usklajevanje

Učinkovito usklajevanje v kampanji evropske državljanske pobude je zelo odvisno od **pametne uporabe digitalnih orodij**.

- Komunikacijo je mogoče **poenostaviti z aplikacijami za sporočanje**, kot sta WhatsApp ali Signal, ki omogočata enostavno ustvarjanje skupin.

Nasvet organizatorjev

Kampanja *PsychedeliCare* je kot osrednje orodje za notranjo komunikacijo veliko uporabljala skupnosti WhatsApp, kar ji je omogočilo učinkovito povezovanje s prostovoljci po vsej EU. Ustanovljena je bila posebna skupina za nacionalne koordinatorje in koordinatorke, ki je omogočala hiter pretok informacij, usklajevanje nalog in čezmejno sodelovanje. Splošni nasvet te kampanje za druge kampanje: **izberite komunikacijska orodja, ki jih prostovoljci že poznajo**, da bo usklajevanje potekalo nemoteno in vključujo če.

- Ekipe z orodji za **vizualno sodelovanje**, kot so Miro ali druge spletne table, ustvarjajo in razvijajo zamisli. Za **upravljanje nalog in poteka dela** se s platformami, kot so Trello, Notion ali Slack, zelo učinkovito dodeljujejo odgovornosti, spremlja napredek in zagotavlja preglednost.

Nasvet organizatorjev

Kampanja *Ustavimo uničevanje videoiger* je ustvarila skupnost na Discordu z več kot 4 000 prostovoljci in zagotovila platformo, ki se lahko uporabi za **hitro mobilizacijo podpore, če je to potrebno**. Kampanje lahko na platformi Discord tudi kartirajo države in prednosti prostovoljcev, prepoznajo lokalne vplivneže ali vplivnice ter organizirajo prizadevanja in ukrepe za hitro odzivanje.

Čeprav ne more nič nadomestiti vrednosti ljudi**, so lahko orodja UI dragoceni robotski pomočniki** in učinkovito nastopajo kot član ali članica ekipe za določeno kampanjo.

- Na klepetalnem robotu ChatGPT lahko na primer **ustvarite model GPT po meri, prilagojen vaši kampanji**, ki bo pripravljen upoštevati vaše smernice za kampanjo, ton in usklajenost znamke, da bi se podprla strategija kampanje, kartirali potencialni partnerji, olajšalo vključ evanje prostovoljcev ter pomagalo pri izdelavi časovnega razporeda in načrtovanju.

- **Orodja za urejanje videoposnetkov in generiranje podob**, kot sta Runway in MidJourney, omogočajo poenostavitev ustvarjalnega procesa ter ustvarjanje visokokakovostnih medijskih vsebin za vključevanje na družbenih omrežjih, gradivo za kampanje ali vizualno pripovedovanje zgodb.

- **Prevajalska orodja**, kot je DeepL, lahko pomagajo pri lokalizaciji gradiva kampanje v več jezikov.

Če se uporabljajo premišljeno in pomoč ljudi ni na voljo, napredna **orodja UI sprostijo vaše vire in čas**, da se lahko osredotočite na strategijo in mreženje.

Delitev dela: evropska in nacionalna raven

K uspehu kampanje evropske državljanske pobude pomembno prispeva zmožnost vzpostavitve celovitega sodelovanja, ki združuje strokovno znanje na evropski in nacionalni ravni. Spodaj je nekaj priporočil o tem, kako lahko vaša kampanja sestavi učinkovite ekipe in deluje usklajeno.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji *Moj glas, moja izbira* se je postavila v ospredje vzpostavitev močne indosledne **identitete znamkev vseh nacionalnih ekipah**. Osrednja ekipa v Sloveniji je zagotovila, da so sporočila, vizualne podobe in slog kampanje ostali enotni v različnih državah, hkrati pa so lahko nacionalne ekipe **vsebino nekoliko prilagodile lokalnim razmeram**. Zaradi te skladnosti je bila kampanja bolj **prepoznavna**, med podporniki se je vzpostavilo **zaupanje** in se je ohranjal **usklajen čezmejni nastop**.

Spodaj so navedene pogoste vloge, ki pomagajo pojasniti odgovornosti in spodbujati nemoteno sodelovanje v okviru nadnacionalne strukture kampanje.

Možne vloge ekip in podekip na evropski ravni:

- **Politična ekipa:** razvija politično usmeritev kampanje, spremlja razvoj zakonodaje EU in sodeluje z oblikovalci politik.
- **Glavni koordinator ali glavna koordinatorka:** nadzoruje kampanjo, poskrbi za usklajeno delovanje vseh delov in je glavna odgovorna oseba.
- **Služba za komunikacije, odnose z javnostmi in družbene medije**: oblikuje javno podobo kampanje, upravlja odnose z mediji in medijsko prisotnost, nadzira strategijo družbenih medijev ter povečuje prepoznavnost znamke kampanje.
- **Ustvarjalec ali ustvarjalka vsebin**: pripravlja privlačne, ustrezno usmerjene digitalne vsebine za spletne platforme, da bi se povečal doseg, spodbujalo sodelovanje in ustvarjal viralni potencial.

Nasvet organizatorjev

Dejavna **prisotnost v družbenih medijih je bistveno vplivala na uspeh** kampanje *Moj glas, moja izbira*. Njene spletne platforme so postale **vozlišče za novice in informacije** o vprašanjih, povezanih z demokracijo in temeljnimi pravicami, ter za hitro odzivanje na svetovne dogodke. Z **doslednim deljenjem dragocenih vsebin je spodbujala podpornike** in organsko vključevala poziv k podpisu svoje evropske državljanske pobude, s čimer je ohranjala zagon in vzpostavljala skupnost, združeno za skupni cilj.

- **Pravna ekipa:** svetuje glede pravnih zahtev EU in nacionalnih pravnih zahtev, pripravlja osnutke pogojev in izjav o omejitvi odgovornosti ter zagotavlja skladnost z GDPR.
- **Znanstvena in strokovna ekipa:** izvaja osnovne raziskave, zagotavlja znanstveno ali tehnično strokovno znanje, pripravlja z dokazi podprte osnutke gradiva ter podpira javno zavzemanje za pobudo z natančnim in verodostojnim komuniciranje z javnostmi v tesnem sodelovanju s službo za odnose z javnostmi.
- **Ekipa za zbiranje sredstev:** prepoznava možnosti financiranja, pripravlja osnutke vlog za nepovratna sredstva, upravlja odnose z donatorji in pripravo proračuna kampanje.
- **Ekipa za oblikovanje koalicije:** vzpostavlja stike z nevladnimi organizacijami in potencialnimi partnerji ter vzdržuje odnose s sorodnimi organizacijami.
- **Tehnična ekipa/ekipa IT:** upravlja spletišče in zagotavlja digitalno varnost.
- **Upravna ekipa:** načrtuje in izvaja logistiko kampanje, vključno z vodenjem dogodkov, usklajevanjem potovanj in pošiljanjem gradiva.
- **Odgovorne osebe za vodenje prostovoljcev:** sprejemajo nove prostovoljce, organizirajo usposabljanja ter skrbijo za dobro počutje in motivacijo ekipe.

Možne vloge nacionalnih ekip in podekip:

- **Nacionalni koordinator ali nacionalna koordinatorka:** deluje kot lokalni vodja, usklajuje prizadevanja na nacionalni ravni in poroča evropski ekipi.
- **Ekipa za dogodke in dejavnosti:** načrtuje lokalne dogodke, dogovarja se o vključitvi kampanje v javne prireditve.
- **Ekipa za komuniciranje in družbena omrežja:** prevaja in prilagaja sporočila za nacionalno ob činstvo, ustvarja lokalizirane vsebine in upravlja lokalne platforme.
- **Ekipa za uvajanje in vodenje prostovoljcev:** sprejema nove člane ali članice in jih usposobi za njihove vloge.
- **Prevajalska ekipa:** poskrbi, da je vsebina kampanje lokalno prilagojena in natančno prevedena.
- **Ekipa za oblikovanje koalicije:** sodeluje z lokalnimi organizacijami, vplivneži ali vplivnicami in medijskimi hišami za pridobivanje podpore.

Vloge se lahko prekrivajo, posamezniki pa lahko prevzamejo več odgovornosti glede na svoje strokovno znanje in razpoložljivost. Ekipa za komuniciranje in družbena omrežja se lahko na primer združi z ekipo za dogodke in dejavnosti, njuni člani in članice pa ustvarjajo vsebino in promovirajo dogodke. Prav tako lahko tesno sodelujeta in si delita odgovornosti ekipa za komuniciranje in prevajalska ekipa, saj se ukvarjata s prevajanjem in najboljšimi strategijami za prilagajanje sporočil nacionalnim okvirom.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji Dajmo prednost prenovi so bili vsi člani ekipe pozvani, naj razmislijo o lastnem načinu ozaveščanja o temi in pripovedovanja zgodbe. Vsak teden **so se člani in članice ekipe izmenjevali ali izmenjevale pri ustvarjanju vsebin v družbenih medijih**. Vsi so prispevali na svoj način, s čimer so ustvarili pluralnost glasov in vsebin, kar podpira namen pobude.

Pridobivanje in vodenje prostovoljcev

Učinkovito pridobivanje in vodenje prostovoljcev ni le zapolnjevanje vlog, pač pa se tako spodbujata motivacija in občutek pripadnosti. Za spodbujanje sodelovanja:

- prostovoljcem ponudite **majhne, a pomembne naloge**, pri katerih lahko prispevajo, a niso preobremenjeni.

- Vzemite si čas, da **spoznate njihove interese in prednosti**, ter jim dodelite naloge, v katerih se lahko počutijo koristne in izpolnjene.

- Spodbujanje odgovornosti z **jasnim prevzemanjem vlog, javnim priznanjem in občutkom pripadnosti skupnosti pomaga prostovoljcem, da ostanejo angažirani** in predani dlje č asa.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji *Ustavimo uničevanje videoiger* si prizadevajo, da bi **prostovoljci kampanji namenili le eno uro na teden ali mesec**. S tem neobremenjujočim **pristopom se je lahko zadržalo na tisoče prostovoljcev**, kampanja pa je lahko angažiranost z malo ovirami ohranjala dlje časa.

Priprava na krizo in povečanje zmogljivosti

Krize so neizogibne in zajemajo odhode osebja, tehnične napake ali manjšo vključenost v družbene medije. Pripravite se tako, da simulirate te scenarije.

- **Navzkrižno usposabljajte zaposlene**, da nobena naloga ne bo odvisna od ene osebe.
- Če na primer koordinator ali koordinatorka za komuniciranje nepričakovano odide, lahko odnose z mediji in načrtovanje vsebin začasno prevzame vodja družbenih medijev ali ustvarjalec ali ustvarjalka vsebin.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji *Moj glas, moja izbira* se je poudarilo, **kako pomembna je pripravljenost na nepredvidene dogodke** za ključne vloge. Z vnaprejšnjo pripravo na morebitne kadrovske spremembe so lahko ostali prilagodljivi in zagotovili nemoteno delovanje po nepričakovanem odhodu članov in članic ekipe.

- **Uporabljajte različne tehnološke platforme** in pripravite varnostne kopije.
  - Če na primer vaše glavno spletišče med pomembno predstavitvijo preneha delovati, lahko podpornike in podpornice preusmerite na vnaprej pripravljeno ciljno stran, ki gostuje na drugem strežniku.

Nasvet organizatorjev

Kampanji *Moj glas, moja izbira* so po volitvah v ZDA na družbenih omrežjih omejili doseg vsebin brez vednosti njenih organizatorjev (shadowbanning), kar je močno zmanjšalo njeno prepoznavnost na ključnih platformah Njihova izkušnja poudarja pomen **digitalne odpornosti**: ne zanašajte se na eno samo platformo. Da bi ostala prepoznavna, je prisotnost razširila na druge platforme, kot sta Bluesky in Tumblr. Če zgodaj **razširite nabor svojih digitalnih kanalov**, lahko ohranite doseg, če ena platforma nenadoma postane nezanesljiva.

- **Določite predstavnike in predstavnice za stike z javnostmi**, ki imajo pogovorne točke, pripravljene za uporabo.
  - Koordinator ali koordinatorka kampanje ali vodja za komuniciranje bi lahko imel ali imela denimo pripravljeno kratko sporočilo v treh točkah za nepričakovane intervjuje za medije ali javne izjave. Ta ključna sporočila bi morala vnaprej pripraviti ekipa za odnose z javnostmi v tesnem sodelovanju s strokovno ekipo, da bi se zagotovili jasnost in verodostojnost.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji *Ustavimo uničevanje videoiger* se je pokazalo, da je **vzpostavitev informirane baze prostovoljcev in občinstva ključna za odpornost na krize**. Ko je njihovo kampanjo napačno prikazal predstavnik sektorja, so hitro mobilizirali svojo skupnost, da se je vključila v informirano razpravo, odpravila nesporazume in okoliščine izkoristila kot priložnost za večjo prepoznavnost.

- **Prostovoljce razdelite** glede na spretnosti in razpoložljivost.
    - Prostovoljcem, ki znajo oblikovati, so lahko na primer dodeljene naloge hitrega ustvarjanja vsebin, prostovoljci, ki nimajo veliko časa, pa lahko podpirajo zbiranje podpisov na ključne dneve akcije.

Nasvet organizatorjev

Pri kampanji *Prepoved praks za spreobrnitev spolne usmerjenosti* se je opozorilo, da sta za boj proti algoritmom družbenih medijev potrebna obseg in doslednost. Za ohranjanje prepoznavnosti je ključno, da se zgodaj sestavi posebna ekipa za komuniciranje in družbene medije, ki skrbi za pogoste objave, angažiranost in hiter odziv. Po njihovih besedah „si sam proti algoritmu“.

Pripravljenost ekipe lahko povečate, če v usposabljanje in uvajanje vključite obisk Foruma evropske državljanske pobude. Vsaka ekipa za evropsko državljansko pobudo je na primer na začetku kampanje povabljena na **videokonferenco s strokovnjaki Foruma evropske državljanske pobude.** Če so vsi člani ekipe seznanjeni z dobrimi praksami evropske državljanske pobude, strategijami kampanje in razpoložljivimi viri, se doseže skupno razumevanje zahtev pobude in izboljša splošna učinkovitost kampanje.

Struktura omogoča strategijo

Evropska državljanska pobuda ni le zbiranje podpisov, ampak tudi **čezmejno organiziranje, usklajevanje prizadevanj in vzpostavitev trajnostnega gibanja, ki presega fazo zbiranja podpisov**. Ne glede na to, ali vas je pet ali petdeset, so vaše največje prednosti **jasna sestava**, **jasno določene vloge**, **dobra notranja komunikacija** in **sposobnost prilagajanja**.

Za vzpostavitev trdnih temeljev spodbudite svojo ekipo, da **se zgodaj vključi v vire**, kot je Forum evropske državljanske pobude.

- Praktična orodja, kot sta objava v blogu o praktičnih strateških nasvetih za organizatorje kampanj in posnetek spletnega seminarja o strukturah kampanj evropske državljanske pobude, ponujajo dragocen vpogled v dobre prakse, pogoste izzive in izkušnje, ki so jih pridobili izkušeni organizatorji kampanj. Če te vire vključite v uvajanje in usposabljanje vaše ekipe, jo ne le motivirate, temveč tudi opremite z znanjem, da obvladuje kompleksnost kampanje evropske državljanske pobude.