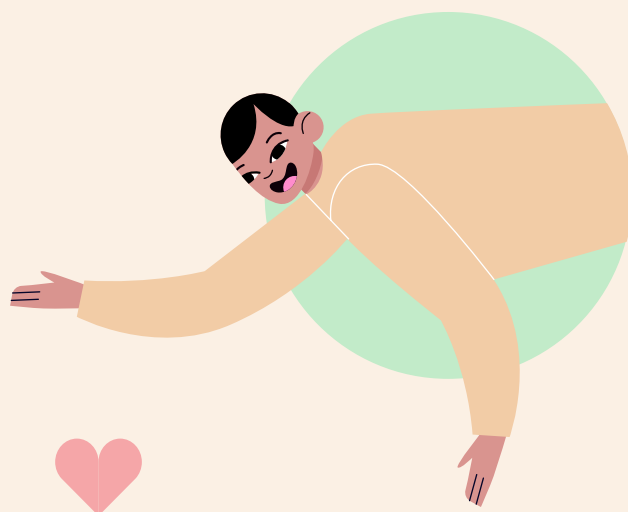
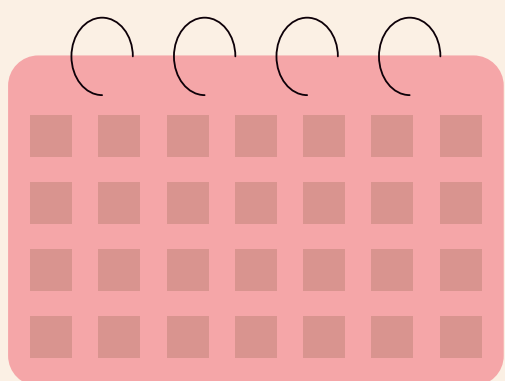


Průručka pro organizátorstvo akcií



Príručka pre organizátorstvo akcií

Táto brožúra vznikla v roku 2024 v rámci medzinárodného projektu Ťažké časy – mäkké zručnosti (Hard Times – Soft Skills, HATI – SOS), ktorý podporila Európska únia z programu Erasmus+. Na jej príprave spolupracovali organizácie:

Ekumenická akadémia, ekumakad.cz

Fundacja EkoRozwoju, fer.org.pl/en/

Profilantrop, profilantrop.org/en/home/

RIPESS Europe, www.ripess.eu

Utopia, nova.utopia.sk

Autorky a autori: Attila Mester, Bernadett Both, Zsuzsanna Mester

Preklad a úprava: Peter Vittek

Grafická úprava: Mariana Mažgútová

Vydavateľ: Utopia, Lipského 2, 84101 Bratislava, Slovakia

Vyšlo v roku 2024.

ISBN: 978-80-974836-7-8



Táto publikácia a jej jednotlivé časti podliehajú licencií Creative Commons 4.0 a je ich možné použiť v nezmenenej podobe na nekomerčné účely, s uvedením autorstva a zachovaním licencie.

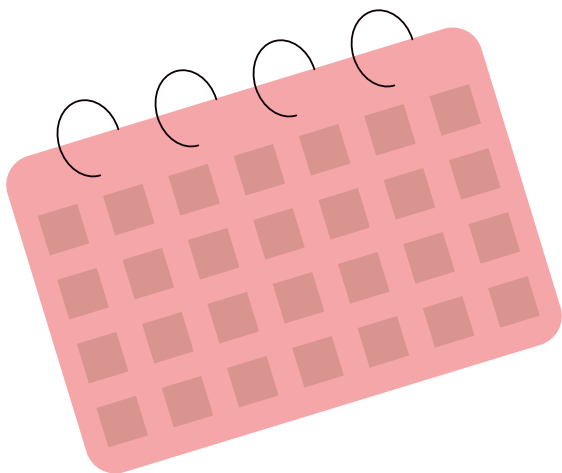


**Funded by
the European Union**

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo programu Erasmus+. Európska únia ani organizácia udeľujúca grant za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

OBSAH

Zručnosti pre svet založený na solidarite a vzájomnej starostlivosti	3
Úvod alebo o čom je táto príručka	5
Prečo chcete usporiadať akciu?.....	6
Kto zorganizuje akciu?	9
Čo všetko musíte urobiť?.....	10
Kde zorganizovať akciu?.....	13
Kedy je správny čas na vykonanie jednotlivých úloh?	17



Zručnosti pre svet založený na solidarite a vzájomnej starostlivosti

O projekte Ťažké časy – mäkké zručnosti

Život na našej planéte dnes čelí viacerým vzájomne prepojeným krízam, ktoré sú dôsledkom prevládajúcich sociálnych vzťahov. Počas posledných desaťročí sa negatívne trendy napriek intenzívnemu úsiliu miliónov ľudí organizovaných v emancipačných sociálnych hnutiach nepodarilo zvrátiť. Nerovnosti medzi ľuďmi narastajú, klimatická kríza sa prehľbuje, biodiverzita mizne, silnie autoritárstvo a militarizmus. To všetko nás vzdďaľuje od sveta, v ktorom je úcta životu, slobode a rôznorodosti ústrednou hodnotou a spoločnosťou, v ktorej sa príjemne a dobre žije všetkým. Neskorý kapitalizmus si svoju legitimitu dokáže udržiavať už len skresľovaním skutočnosti (gaslighting), šírením strachu a vojnou proti rozvíjaniu utopického myslenia. Liberálnu predstavivosť ovládla mantra „Žiadna alternatíva nejestvuje“ a záplava dystopických príbehov. Progresivistická vízia všeobecného ľudského rozvoja bola zredukovaná na samoúčelný prúd technologických inovácií, ktoré predstavujú reálnu hrozbu pre zachovanie organického života. Hľadanie skutočných alternatív však nikam nezmizlo a v „ťažkých časoch“ sa stáva nevyhnutnosťou.

Medzi úspešné stratégie emancipačného a antiautoritárskeho hnutia odnepamäti patrí prefiguratívna politika: snaha vytvárať reálne utópie alebo ostrovčeky pozitívnej deviácie, v ktorých každodennej praxi sa už dnes, uprostred starého, nespravodlivého a depresívneho sveta, zjavuje svet konviviálnej¹ budúcnosti, svet bez škodlivých hierarchií, autoritárstva a útlaku. Solidárna ekonomika² je súčasťou tejto tradície. Tvorí ju pestrá paleta organizácií, iniciatív a projektov z celého sveta usilujúcich o radikálne demokratickú zmenu (nielen) ekonomiky zdola. Blaho celej biosféry je v nej nadradené túžbe po zisku, či hromadení moci a majetku. Od tohto cieľa sa odvíjajú princípy, ktorými sa riadi. Za všetky spomeňme aspoň boj proti všetkým formám útlaku a presadzovanie rasovej a sociálnej spravodlivosti, demokratické organizovanie a rozhodovanie, odmietanie druhizmu a úcta ku všetkému životu, vzájomná pomoc a starostlivosť o seba a ostatných, vzájomné vzdelávanie sa, zapájanie sa do aktivít hnutia a spolupráca s organizáciami a iniciatívami, ktoré sú jeho súčasťou.

1 Anglické slovo „convivial“ sa prekladá ako priateľský, družný. Ivan Illich jeho význam rozšíril a konvivialitu definuje ako osobnú slobodu, ktorá sa realizuje pomocou väzieb vzájomnosti s ostatnými ľuďmi. Konviviálne formy organizovania alebo technológie neredukujú život na výrobu a spotrebu, ale posilňujú spoluprácu, aktivitu a vzájomnú komunikáciu.

2 Detailne sme sa definícií a rozličným podobám solidárnej ekonomiky venovali v publikácii [„Ako rozvíjať solidárnu ekonomiku“](#).

Organizácie a iniciatívy solidárnej ekonomiky čelia viacerým výzvam, ktoré sú dôsledkom prevládajúcich sociálnych vzťahov. Pracujú v nepriateľskom prostredí utváranom a regulovanom elitárskou ideológiou (neo)liberalizmu a s ľuďmi, ktorí v ňom boli socializovaní. Cesta k zmene štrukturálnych podmienok vedie cez organizovanie sa v hnutí, spoluprácu jednotlivých organizácií a budovanie podpornej infraštruktúry, cesta k odbúraniu našich toxických návykov cez vytváranie novej kultúry spolupráce, komunikácie a vzájomnej starostlivosti v našich organizáciách a vo vnútri hnutia. Chceli sme využiť naše skúsenosti a prispieť k tomu, aby sa subjekty solidárnej ekonomiky so spomínanými výzvami vysporiadavali ľahšie. Preto sme vytvorili ukážkové programy tréningov mäkkých zručností, ktoré sú zásadné pre posilnenie celého hnutia solidárnej ekonomiky, jej jednotlivých organizácií, ale aj konkrétnych ľudí podieľajúcich sa na jej rozvoji. Tréningy sme následne otestovali v praxi. Výstupy z testovania sme zapracovali do našich pôvodných návrhov a zhrnuli v publikácii Lepšie zručnosti pre lepší svet. Okrem toho sme vytvorili špeciálny tréning pre aktivistky a aktivistov určený pre ľudí podieľajúcich sa na organizovaní väčších udalostí, na ktorých sa stretávajú, sieťujú a plánujú spoločný postup alebo si vymieňajú skúsenosti iniciatívy solidárnej ekonomiky. Tiež sme ho otestovali v praxi a spoločne s účasťou tohto tréningu sme pripravili stredoeurópske fórum solidárnej ekonomiky v Budapešti. Tipy a postrehy z tohto procesu sme zhrnuli v príručke pre organizátorstvo. Počas našej spoločnej práce a spolupráce s mnohými aktivistami*kami sme si opakovane uvedomili, že prierezovou zručnosťou, na ktorú nesmieme nikdy zabúdať je starostlivosť o samých seba a o ostatných ľudí v hnutí. Je nesmierne dôležitá pri predchádzaní vyhoreniu, ktoré hnutie výrazne oslabuje. No zároveň si vždy musíme byť vedomí, že mäkké zručnosti, ktoré sa spoločne učíme používať, majú vytvárať novú kultúru a bezpečné prostredie pre všetkých a nie nové formy hierarchií, vykorisťovania a útlaku. Veríme, že sa nám spoločne podarilo k tomuto cieľu prispieť.

Všetky výstupy projektu si môžete stiahnuť na nasledovnej adrese:

<https://www.socioeco.org/hati-SOS>

Úvod alebo o čom je táto príručka

Cieľom tejto príručky je sprostredkovať aktívnym ľuďom zručnosti a vedomosti, ktoré im napomôžu úspešne naplánovať a zorganizovať akciu zdola, bez šéfov a s využitím princípov participácie. Môže to byť veľká konferencia alebo menšie stretnutie vášho kolektívu. Od začiatku sme ňou chceli osloviť najmä jednotlivcov a skupiny, ktoré sa zaujímajú o témy ako bezrast (degrowth), potravinová suverenita, solidárna ekonomika, klimatická spravodlivosť, ľudské práva, či práva queer ľudí. Pripravovali sme ju pre sociálne a ekologicky orientované mimovládne organizácie, aktivistické kolektívy a neformálne iniciatívy, študentské skupiny a angažované občianky a občanov. Skrátka pre všetkých ľudí, ktorí vytvárajú demokratickejšiu, biofilnejšiu a solidárnejšiu spoločnosť a svojich hodnôt sa držia aj v každodennej praxi.



Prečo chcete usporiadať akciu?

Pred usporiadaním akejkoľvek akcie položte sebe alebo svojej iniciatíve, či organizácii otázku, prečo ju chcete organizovať. Dôvody môžu byť rôzne: od vnútorných potrieb a poslania organizácie až po vonkajšie tlaky. Možno ste sľúbili, že zorganizujete akciu, keď ste podávali projekt alebo chcete zhromaždiť čo najviac odborníkov, odborníkov a ďalšie zainteresované strany, aby ste verejnosť upozornili na dôležitý problém. Alebo ste nadobudli toľko vedomostí o konkrétnej téme, že stojí za to, aby ste sa o ne podelili... Iste si viete predstaviť bezpočet ďalších dôvodov, prečo by ste mohli chcieť usporiadať nejakú akciu. Je veľmi dôležité, aby ste tieto dôvody presne pomenovali. Ako užitočný nástroj pri tom môže poslúžiť tzv. „driver“ (motivácia), ktorým sa budete riadiť pri organizovaní.

„Driver“ je termín, ktorý pochádza zo Sociokracie 3.0³, čo je sociálna technológia zameraná na prehlbovanie participácie a efektivity pri organizovaní. Popisuje hlavný dôvod, motiváciu alebo hnaciu silu akejkoľvek akcie, aktivity, projektu alebo organizovania. Jeho základom je porozumenie rozdielom medzi žiaducim a aktuálnym, prežívaným stavom problému alebo javu.

Má špecifickú štruktúru, tzv. „anatómiu“:

1 – Čo sa deje?

- Súčasná situácia
- Vplyv na organizáciu

2 – Čo potrebujeme?

- Potreby organizácie
- Dôsledky snáh o naplnenie týchto potrieb

Ako by, napríklad, vyzerala motivácia pre podporu komunitných projektov obnoviteľnej energie:

Mnoho komunit čelí problémom, ktoré súvisia s fyzickou alebo cenovou dostupnosťou energií a environmentálnou udržateľnosťou. Dnešná závislosť na fosílnych palivách prispieva k zhoršovaniu stavu životného prostredia a prehlbuje sociálne nerovnosti. Ak by sme chceli tieto problémy vyriešiť poskytovaním čistých a cenovo dostupných energetických systémov, ktoré sú pod kontrolou miestnych komunit, mali by sme podporiť vznik komunitných energetických projektov. Keď komunitám umožníme vlastniť a spravovať ich vlastné energetické zdroje, podporíme ekonomickú demokraciu, sociálnu súdržnosť a udržateľnú výrobu energie, čím prispejeme aj k rozvoju solidárnej ekonomiky.

Motivácia sa obvykle stavia na rovnakú úroveň ako vízia, misia alebo stratégia organizácie, v skutočnosti im však predchádza:

- **Vízia a poslanie:** Čo? (Kam smerujeme? Aký stav chceme dosiahnuť?)
- **Stratégia:** Ako? (...sa tam dostaneme?)
- **Motivácia** („driver“): Prečo? (...chceme konať, realizovať projekt, riadiť organizáciu, zorganizovať stretnutie alebo akciu a podobne)

Keď si ujasníme aká je naša motivácia, môžeme na ňu zareagovať a upraviť podľa nej svoju stratégiu a organizáciu práce. Pomáha nám, aby sme nezišli z cesty za svojim cieľom, robili správne rozhodnutia a rozlišovali medzi hodnotou a plytvaním:

- **hodnota:** všetko (činnosti, rozhodnutia, zvyky, organizačná štruktúra atď.), čo nám pomáha konať v súlade s motiváciou
- **odpad:** čokoľvek, čo nie je nutné pre naplnenie motivácie, alebo jej naplneniu stojí v ceste

Motiváciu alebo „driver“ je najlepšie sformulovať spoločne s tímom, ktorý akciu pripravuje. Ak nemáte celý tím pokope od začiatku organizovania, nezabudnite s motiváciou oboznámiť všetkých, ktorí sa zapoja neskôr.



Zdroj obrázku: „[SS3 Illustrations](#)“, autor Bernhard Bockelbrink, zverejnené s licenciou [CC BY SA](#).

Koncept „driveru“/motivácie nadväzuje na jednu z najúčinnejších mäkkých zručností – na nenásilnú komunikáciu (NK). NK nás povzbudzuje, aby sme sa úprimne zaoberali vlastnými emóciami a potrebami a zároveň povzbudzuje a dáva priestor nášmu partnerstvu v komunikácii, aby robilo to isté. Pri NK opúšťame prístup „kto má pravdu“ alebo „kto by mal vyhrať“ a snažíme sa čo najviac naplniť potreby všetkých zúčastnených. Namiesto toho spájame svoje sily, aby sme spoločne našli najlepšie riešenie pre všetkých a neplytváme energiou vo vzájomnom zápase o nadvládu.

Nenasilná komunikácia nás nabáda, aby sme pri štrukturovaní komunikačných aktov využívali štvorkrokový proces:

1. **Pozorovanie:** Pozorujte situáciu alebo konanie bez toho, aby ste ich hodnotili alebo súdili.
2. **Pocity:** Identifikujte a vyjadrite emócie, ktoré prežívate v dôsledku pozorovania.
3. **Potreby:** Premýšľajte, aké základné potreby alebo hodnoty ovplyvňujú to, aké emócie prežívate.
4. **Požiadavky:** Jasne sformulujte, aké konkrétne aktivity alebo činnosti môžu prispieť k naplneniu vašich potrieb a zároveň zohľadniť potreby ostatných.

Štyri kroky NK môžeme vzťahovať k štyrom prvkom „driveru“/motivácie definovaných Sociokraciou 3.0. Rozdiel je v tom, že pri NK sa sústreďíte na svoju osobnú sféru a v Sociokracii 3.0 spoločne s ostatnými skúmate perspektívu organizácie:

- Pozorovanie → porozumenie **aktuálnej situácii**
- Pocity → **vplyv situácie** na osobnej úrovni. (Na úrovni organizácie musíme zobrať do úvahy iné vplyvy, nie konkrétne pocity.)
- Potreby → **potreby** organizácie
- Požiadavky → konkrétne akcie, ktoré **ovplyvňujú** vzťahy, situáciu, organizáciu

Kto zorganizuje akciu?

Ak chcete zorganizovať úspešnú akciu, mali by ste sa snažiť zostaviť motivovaný a schopný organizačný tím. Členmi a členkami tímu nemusia byť výhradne vaši zamestnanci, môžete doň zapojiť aj dobrovoľníctvo alebo ho môžete zložiť výhradne z radov dobrovoľníctva.

1. **Identifikujte potenciálne členky a členov tímu:** Začnite hľadať ľudí, ktorí by sa radi zapojili do organizácie akcie. Využite siete, ktoré má vybudované vaša vlastná organizácia a zvažte, či na oslovenie dobrovoľníctva využijete aj externé zdroje – siete spriatelených organizácií, dobrovoľnícku centrá a podobne.
2. **Zorganizujte stretnutie tímu:** Usporiadajte stretnutie pre ľudí, ktorí by sa mohli stať súčasťou tímu. Môže prebehnúť osobne alebo online, dôležitým faktorom je v tomto prípade geografická vzdialenosť medzi nimi. (V prípade fóra solidárnej ekonomiky, ktoré sme organizovali v rámci projektu HATI – SOS spoločne s dobrovoľníctvom, sme dali prednosť online stretnutiu, keďže tím bol medzinárodný.)
3. **Zoznámte sa:** Na začiatku stretnutia venujte čas tomu, aby sa všetci zapojení mohli predstaviť a spoznať. Podporujte otvorenú komunikáciu a vytvárajte bezpečné prostredie, aby sa všetci cítili rešpektovaní a vypočutí.
4. **Identifikujte motivácie zapojených ľudí:** Preskúmajte, aké motivácie majú jednotliví ľudia z tímu. Porozumenie individuálnym motiváciám vám pomôže zladiť jednotlivé roly a zodpovednosť za konkrétne úlohy s osobnými záujmami a silnými stránkami účasti.
5. **Zhodnoťte znalosti a zručnosti tímu:** Zistite spoločne, aké znalosti a zručnosti má kolektív. Identifikujte oblasti, v ktorých je nutné zabezpečiť jeho odbornosť, napríklad plánovanie akcií, logistika, marketing, komunikácia alebo technická podpora.
6. **Vyjasnite si úlohy:** Keď zistíte, aké schopnosti máte ako tím, rozdeľte si roly a zodpovednosť. Snažte sa, aby všetko členstvo tímu mohlo čo najlepšie prispieť k celkovému úspechu akcie a využilo svoje silné stránky, zručnosti a znalosti.

Tieto kroky vám pomôžu vytvoriť súdržný a motivovaný organizačný tím, ktorý bude schopný naplánovať a zrealizovať úspešnú akciu. Spolupráca, efektívna komunikácia a využitie rozličných talentov sú pre naplnenie cieľov vašej akcie kľúčové.

Čo všetko musíte urobiť?

Organizovanie akcií si žiada mnoho práce a času. Od zrodu myšlienky k jej naplneniu vedie dlhá cesta a okrem naplánovaných úloh sa na nej takmer naisto objavia aj také, ktoré nedokázate predvídať. Niektoré úlohy sa vám na prvý pohľad môžu zdať nedôležité, alebo menej dôležité, no napriek tomu môžu byť pre hladký priebeh akcie zásadné. Nižšie uvádzame zoznam krokov, ktoré sú podľa nás pre úspešnú organizáciu a realizáciu akcií zásadné.

Pred akciou:

1. Príprava programu:

- Definujte, aký má byť cieľ akcie a aké metódy využijete.
- Rozpracujte program tak, aby bol zodpovedal vašim cieľom a umožňoval, aby sa zapojilo účasťníctvo.
- Navrhните predbežný program a definujte jeho hlavné časti.
- Pošlite pozvánky potenciálnym hosťom a hosťkám.
- Rozhodnite sa, kto budú hlavní rečníci.
- Potvrďte a dokončite program akcie.

2. Logistika:

- Pripravte informačný balíček pre účasťníctvo.
- Pripravte si prezenčné listiny, ktoré sú v súlade s príslušnými predpismi o ochrane osobných údajov (napríklad s nariadením GDPR Európskej únie).
- Zabezpečte vhodné miesto konania a udržiajte s ním komunikáciu ohľadom logistiky.
- Zabezpečte občerstvenie podľa potrieb účasťníctva a pomôcky potrebné počas konania akcie.
- Pripravte uvítací balíček.

3. Komunikácia a zapojenie publika:

- Navrhните a distribuujte pozvánky a plagáty, aby ste akciu spropagovali.
- Vytvorte udalosť na platformách sociálnych médií a pozvite účasťníctvo. Využite aj offline metódy: nezabudnite napríklad vylepiť plagát na mieste, kde sa akcia uskutoční.
- Na sociálnych sieťach vytvárajte príspevky, ktoré s akciou súvisia, aby ste ju zviditeľnili.
- Naviažte kontakt s novinárstvom, aby ste si zabezpečili mediálne pokrytie.
- Vytvorte prihlasovací formulár na akciu, aby ste od účasťníctva získali informácie. Pomôže vám zistiť, aké sú ich očakávania alebo zvláštne potreby (napríklad či potrebujú ubytovanie, či majú špeciálne stravovacie potreby a podobne).

- Zabezpečte si fotografa*ku, aby zachytil*a atmosféru na mieste. Zdieľajte fotografie spoločne s aktuálnymi informáciami o prebiehajúcej akcii na sociálnych sieťach.

4. Finančné plánovanie:

- Pripravte si rozpočet akcie a sledujte výdavky, aby ste zabezpečili jej realizovateľnosť.

Počas akcie:

1. Kontrola logistiky:

- Sledujte, čo sa deje na mieste konania akcie a priebežne riešte všetky logistické problémy, ktoré sa objavujú.
- Zaistite hladký priebeh registrácie účastníctva. Nezabudnite na prezenčné listiny a uvítacie balíčky.
- Koordinujte všetky kroky s obsluhou miesta konania (napríklad techničky a personál pracujúci pre klub, v ktorom sa akcia koná), aby ste zabezpečili priestor pre catering, technickú podporu a ďalšie služby.

2. Realizácia programu:

- Moderujte jednotlivé časti programu v súlade s harmonogramom akcie.
- Poskytnite hosťom a hosťkám všetko, čo budú potrebovať.
- Sledujte trvanie jednotlivých častí programu a postarajte sa o hladký priebeh akcie aj keď sa odchýlite od časového plánu.

3. Zapojenie účastníctva:

- Snažte sa vytvoriť inkluzívne prostredie pre všetko účastníctvo.
- Poskytnite účastníctvu priestor na sieťovanie, neformálne zoznámenie a diskusie.
- Akýmkoľvek otázkami alebo obavami, s ktorými príde účastníctvo, sa zaoberajte bezodkladne.

4. Dokumentácia:

- Zachyťte kľúčové momenty akcie na fotografiách a videu.
- Zdieľajte aktuálne informácie o priebehu akcie a najzaujímavejších vystúpeniach na sociálnych sieťach.
- Získajte spätnú väzbu od účastníctva. Môžete ju získať napríklad v záverečnej diskusii alebo pomocou vopred pripravených formulárov.

Po akcii:

1. Záverečné zhodnotenie a analýza:

- Skontrolujte spätnú väzbu od účastníctva a vyhodnoťte, čo sa vám podarilo a kde je priestor pre zlepšenie.

- Analyzujte údaje o účasti, hodnotenie jednotlivých častí programu a ďalšie údaje, ktoré ste získali.
- Identifikujte silné a slabé stránky organizačného procesu. Pomôže vám to pri plánovaní ďalších akcií.

2. Finančná inventúra:

- Porovnajte si reálne výdavky na akciu s plánovaným rozpočtom, aby ste zistili, či budete potrebovať dodatočné zdroje.
- Zaplaťte všetkým poskytovateľom služieb.
- Spracujte finančnú správu s podrobnosťami o príjmoch, výdavkoch a celkovej finančnej situácii. Tiež vám pomôže pri plánovaní ďalších akcií.

3. Archivácia dokumentov:

- Usporiadajte a archivujte materiály, ktoré boli použité na akcii. Napríklad program, prezentácie, použité dokumenty a vizuálne záznamy.
- Pripravte komplexnú správu o akcii, v ktorej bude zhrnuté, čo sú je kľúčové výsledky, čo sa vám podarilo dosiahnuť a čo ste sa naučili.
- Uchovávajte si informácie o účastníctve a komunikáciu, ktorú s ním budete viesť po akcii. Aj tie môžete využiť pri plánovaní ďalších akcií.

4. Komunikácia po akcii:

- Poďakujte sa všetkým, ktorí vašu akciu podporili finančne, spolupracovali na príprave alebo patrili k dobrovoľníctvu. Poďakujte aj hosťkám a hosťom za ich príspevky.
- Podelte sa o vrcholné okamihy programu a kľúčové poznatky s účastníctvom. Využite e-mailové spravodaje alebo príspevky na sociálnych sieťach.
- Informujte o budúcich udalostiach alebo iniciatívach, ktoré súvisia s obsahom alebo cieľmi udalosti.
- Pripravte a odošlite hodnotiaci formulár.

Kde zorganizovať akciu?

Medzi najdôležitejšie rozhodnutia pri organizácii akcií patrí výber vhodného miesta konania. Organizátorstvo má dnes k dispozícii rôzne možnosti, ktoré je potrebné zvážiť. Akcia sa môže odohrať vo fyzickom či virtuálnom priestore alebo môže byť hybridná. Každá z týchto foriem má svoje výhody a nevýhody a sú s nimi spojené rozličné výzvy. Preto je pred rozhodnutím o tejto otázke nevyhnutné dôkladne zvážiť, aké sú ciele a potreby vášho tímu a potenciálneho účastníctva.

Akcia vo fyzickom priestore

Tieto akcie majú podobu tradičných osobných stretnutí vo fyzickom priestore, napríklad v konferenčných alebo kultúrnych centrách, v kluboch, na školách alebo vonku, v prírode, či na záhrade. Ponúkajú účastníctvu jedinečnú možnosť interagovať priamo, tvárou v tvár s prezentujúcimi a organizátorstvom. Tento formát, pre ktorý je typický intenzívny zážitok z fyzickej prítomnosti, pomáha vytvárať nezabudnuteľné a pôsobivé akcie.

Klady:

- Rozšírené možnosti sieťovania: interakcie tvárou v tvár uľahčujú vytváranie vzťahov a sietí medzi účastníkmi.
- Pútavé zážitky: živé prezentácie, workshopy a spoločné aktivity pôsobia na účastníctvo omnoho intenzívnejšie než interakcie vo virtuálnom priestore.
- Hmatateľné spojenie: osobné stretnutia umožňujú, aby medzi ľuďmi vznikali autentické, zmysluplné prepojenia, vďaka ktorým sa ľahšie nadväzuje trvalá spolupráca a partnerstvá.

Zápory:

- Geografické obmedzenia: účastníctvo sa musí dopraviť na miesto konania akcie, čo môže byť nepohodlné a nákladné. V prípade, že organizátorstvo prepláca cestovné náklady a ubytovanie, je to aj finančná záťaž pre rozpočet akcie.
- Náklady na miesto konania: prenájom priestorov, catering, technické zabezpečenie a ďalšie náklady môžu tiež významne ovplyvniť rozpočet akcie.
- Obmedzená kapacita: fyzické priestory majú obmedzenú kapacitu, čo môže znížiť počet zúčastnených alebo vás to núti, aby ste mali pripravený záložný plán pre prípad priveľkej účasti.

Tipy:

- Vyberte si miesto konania, ktoré zodpovedá obsahu a cieľom akcie. Pri výbere nezabudnite zvážiť jeho dostupnosť, vybavenie alebo atmosféru. Ak napríklad organizujete akciu, ktorá propaguje solidárnu ekonomiku, vyberte si priestory komunitného alebo družstevného podniku a catering od miestneho sociálneho bistra.
- Dohodnite sa s prenajímateľmi miesta konania na výhodných podmienkach a cene.

- Poskytnite účastníctvu podrobné pokyny a informácie o doprave, aby ste preň zabezpečili bezproblémový príchod a odchod.

Nezabudnite:

- Majte vždy na mysli aj potreby účastníctva so zdravotným znevýhodnením, vrátane bezbariérového prístupu, parkovania alebo sociálneho zariadenia.
- Nachystajte sa na nepredvídateľné udalosti ako je nepriaznivé počasie alebo mimoriadne udalosti. Pripravte si záložné miesto konania a scenár, podľa ktorého budete postupovať pri neočakávaných udalostiach.

Virtuálne/online akcie

Tento typ akcií je v posledných rokoch stále populárnejší. Čiastočne v dôsledku technologického rozvoja a rastúcej potreby intenzívnejšej spolupráce a komunikácie rozličných pracovných tímov na diaľku. Online akcie prebiehajú vo virtuálnom priestore prostredníctvom webinárov, videokonferencií alebo platforiem pre živé vysielanie. Zúčastniť sa na nich môžete z akéhokoľvek fyzického miesta, na ktorom je dostupné internetové pripojenie.

Klady:

- Globálny dosah: online akcie odstraňujú geografické bariéry. Umožňujú účasť ľuďom z celého sveta bez toho, aby museli cestovať.
- Nižšie náklady: pri virtuálnych akciách odpadajú náklady na prenájom miesta konania, catering alebo cestovné.
- Flexibilita a pohodlie: účastníctvo sa môže pripojiť z pohodlia svojho domu alebo kancelárie, čo šetrí čas a zdroje.

Zápory:

- Obmedzená interaktivita: online akcie obvykle nie sú veľmi spontánne a chýba im väčšia interaktivita, čo spôsobuje problémy so zapojením a motiváciou účastníctva.
- Technické prekážky: problémy s pripojením, nefunkčný hardware a ďalšie poruchy môžu narušiť priebeh akcie a odvieť pozornosť účastníctva.
- Rozptyľovanie: účastníctvo môže byť vystavené rušivým vplyvom okolia, napríklad podnetom od rodinných príslušníkov a domácich maznáčikov alebo úlohám, ktoré súvisia s prácou.

Tipy:

- Ak chcete zabezpečiť hladký priebeh akcie, vyberte si spoľahlivú online platformu s jednoduchým ovládaním a robustnou technickou podporou.
- Technológiu a príslušenstvo otestujte pred akciou. Môžete tak identifikovať a vyriešiť prípadné problémy.
- Akciu naplánujte tak, aby obsahovala čo najviac interaktívnych častí, napríklad ankety, otázky pre publikum alebo diskusie v menších skupinách. Prispejete tak k väčšej aktivite a zapojeniu účastníctva.

Nezabudnite:

- Prihlasovacie údaje a jasné pokyny poskytnite účastníctvu v dostatočnom predstihu pred akciou. Pošlite mu aj kontakty na technickú podporu.
- Zabezpečte záznam pre ľudí, ktorí sa nemôžu pripojiť v danom čase alebo si chcú pozrieť program neskôr. Pred nahrávaním sa nezabudnite opýtať účastníctva, či s tým súhlasí.

Hybridné akcie

Tieto akcie kombinujú prvky fyzických a virtuálnych stretnutí. Stretnutie sa koná vo fyzickom priestore a zároveň je prenášané online. Niektorí účastníci sú prítomní osobne a niektorí sa zapájajú online. Hybridné akcie majú výhody aj nevýhody oboch formátov.

Klady:

- Hybridné zapojenie: tieto akcie priťahujú rôznorodé publikum, keďže vychádzajú v ústrety aj ľuďom, ktorí preferujú osobné stretnutia a aj ľuďom, ktorí preferujú virtuálne zapojenie. Maximalizuje sa tak účasť a dosah akcie.
- Flexibilita: Účastníctvo si podľa svojich individuálnych preferencií, vzdialenosti od miesta konania alebo jeho dostupnosti môže vybrať, akým spôsobom sa zapojí.
- Akciu je možné jednoducho rozšíriť: hybridných akcií sa môže vďaka využitiu online platforiem zúčastniť omnoho viac ľudí, než dovoľuje fyzický priestor, v ktorom sa konajú.

Zápory:

- Zložitá koordinácia: Organizácia hybridnej akcie si vyžaduje dôkladné plánovanie a koordináciu, aby interakcia medzi fyzicky a virtuálne zapojenými ľuďmi prebiehala bez problémov.
- Komplexné technické riešenia: organizátorstvo musí v rovnakom čase zvládnuť logistiku vo fyzickom aj virtuálnom priestore, čo si vyžaduje pokročilejšie technologické a organizačné zručnosti.
- Zvýšené náklady: hybridné akcie zvyšujú náklady na technológie a aparatúru. Okrem toho budete potrebovať viac personálu, ktorý zabezpečí hladký chod akcie zároveň vo fyzickom aj vo virtuálnom priestore.

Tipy:

- Poverte tím alebo konkrétnu osobu koordináciou logistiky a technológií, ktoré prepájajú fyzický a virtuálny svet.
- Zaradte do programu časti, ktoré umožnia sieťovanie medzi fyzickými a virtuálnymi účastníkmi, napríklad online sieťovacie aktivity a diskusie v menších skupinách alebo využite sociálne siete.

Nezabudnite:

- Pred akciou si vyčleňte dostatok času na testovanie technického vybavenia a odstraňovanie prípadných problémov. Vyhnite sa tak rušivým situáciám počas akcie.
- O formáte akcie komunikujte s účastníctvom jasne a zrozumiteľne. Poskytnite mu detailné inštrukcie o tom, ako sa pripojiť online a ako sa zapájať do interaktívnych aktivít.
- Zabezpečte facilitovanie diskusií vo virtuálnom aj fyzickom priestore. Budete potrebovať dostatok facilitátorov a facilitátoriek s príslušnými zručnosťami a skúsenosťami pre dané prostredie.



Kedy je správny čas na vykonanie jednotlivých úloh?

V zásade platí, že čím je akcia väčšia, tým skôr je potrebné začať s jej plánovaním. Napríklad na prípravu veľmi veľkého festivalu by ste si mali vyčleniť celý rok. Pri zostavovaní harmonogramu preto vždy berte do úvahy, akú veľkú akciu sa snažíte zorganizovať.

6 – 12 mesiacov pred akciou

1. Príprava programu:

- Ujasnite si, aký bude obsah akcie, aké sú jej ciele a kto je cieľová skupina.
- Začnite premýšľať o programe akcie a metódach, ktoré použijete.
- Urobte si základný prieskum a identifikujte potenciálne hosťky a hostov, partnerské organizácie, či jednotlivcov.
- Oslovte vytipovaných hlavných rečníkov a zistite, či sú dostupní.

2. Plánovanie logistiky:

- Vytvorte organizačný tím a pozvite doň dobrovoľníctvo.
- Ujasnite si, kde chcete akciu zorganizovať a oslovte správcov vybraných priestorov.
- Dohodnite si zmluvné podmienky a pripravte zmluvy s externými dodávateľmi, napríklad s cateringovými alebo audiovizuálnymi spoločnosťami.
- Vypracujte predbežný rozpočet akcie a rozhodnite, koľko zdrojov použijete na jednotlivé výdavky.

4 – 6 mesiacov pred akciou

1. Ladenie programu:

- Snažte sa dokončiť prácu na programe akcie. Uzavrite diskusiu o témach a obsahu jednotlivých blokov, metódach a rečníkoch.
- Rozhodnite o dĺžke trvania jednotlivých častí a spoločne s rečníctvom vytvorte detailný časový harmonogram celej akcie.
- Začnite s prípravou materiálov (prezentácií, letákov alebo propagačných materiálov), ktoré budete počas akcie potrebovať alebo distribuovať.

2. Logistika:

- Rozhodnite o mieste konania a zabezpečte dopravu a ubytovanie pre účastníctvo a rečníctvo.
- Ujasnite si, aké technológie a aparatúru budete počas akcie potrebovať.

- Začnite s prípravou informačných materiálov pre účasťníctvo. Nezabudnite na program akcie, mapy s informáciami o mieste konania, ubytovaní a doprave alebo leták, či webstránku s odpoveďami na často kladené otázky.

3 – 4 mesiace pred akciou

1. Komunikácia a propagácia:

- Spustíte propagačnú kampaň. Zvýšite tak záujem o akciu a počty registrovaných.
- Vytvorte udalosť na sociálnych sieťach a propagujte ju na webstránkach alebo v relevantných online skupinách.
- Navrhnete a distribuujete propagačné materiály, vrátane pozvánok, plagátov a online reklám.

2. Zapojenie účasťníctva:

- Spustíte registračný proces a získajte kľúčové informácie od registrovaných ľudí.
- Vytvorte komunikačné kanály, pomocou ktorých budete zasielať registrovaným účasťníkom aktuálne informácie.
- Spolupracujte s rečníctvom a ďalšími vystupujúcimi alebo facilitátorkami, aby ste úspešne dokončili prácu na prezentačných materiáloch a vyriešili zostávajúce problémy s logistikou.

1 – 3 mesiace pred akciou

1. Logistika:

- Navštívte miesto konania, aby ste videli priestor na vlastné oči a dôkladne si premysleli, ako bude upravený.
- Potvrďte objednávky externým dodávateľom: cateringu, poskytovateľom technológií alebo aparatury a podobne.
- Komunikujte s dobrovoľníctvom a spolupracovníctvom, aby ste si rozdelili úlohy a zodpovednosť za jednotlivé aktivity počas konania akcie.

2. Komunikácia a zapojenie:

- Posielajte registrovaným účasťníkom e-maily s novinkami o programe a logistickými informáciami.
- Sledujte sociálne siete a odpovedajte na otázky potenciálnych účasťníkov.
- Sledujte aké máte mediálne pokrytie a zasielajte do médií tlačové správy, aby ste oslovili aj širšie publikum.

Posledný týždeň

1. Záverečné prípravy:

- Skontrolujte celý program a otestujte si, ako vám pôjdu prezentácie alebo diskusie v praxi.
- Naplánujte si logistiku na mieste: premyslite si, ako bude priestor označený, kde sa bude účasníctvo registrovať alebo kam umiestnite propagačné materiály a logá a podobne.
- Dohodnite sa na detailoch s externými spolupracovníkmi.

2. Počas udalosti:

- Udržiavajte si prehľad o všetkom, čo sa deje.
- Snažte sa ihneď vyriešiť všetky problémy, ktoré sa vyskytnú počas akcie.
- Komunikujte s hosťkami a hosťami, partnermi a účasníctvom, aby ste posilnili ich pozitívny zážitok z akcie.

Po akcii

1. Hodnotenie a ďalšie kroky:

- Využite dotazníky, individuálne rozhovory, spoločné diskusie alebo online formuláre, aby ste od účasníctva získali spätnú väzbu.
- Na základe zhromaždených informácií posúdte, či bola akcia úspešná a čo by sa dalo zlepšiť.
- Poďakujte sa rečníctvu, dobrovoľníctvu a účasníctvu.
- Spracujte záverečnú správu o akcii a archivujte si dôležité dokumenty. V budúcnosti si tak budete môcť pripomenúť, čo ste sa naučili počas akcie a pri jej organizácii.
- Tu vaša práca končí. Oslávte svoj úspech s tímom.

Keď sa váš organizačný tím bude držať tohto harmonogramu alebo si podľa potreby vytvorí vlastný a vyčlení si dost času na každú úlohu, pomôže mu to zorganizovať akciu, ktorá prinesie nezabudnuteľné zážitky všetkým zúčastneným stranám.

Ďalšie tipy

Vždy sa snažte, aby na každú z rolí bolo pripravených viacero ľudí. Ak niekto vypadne, budete mať náhradu, ktorá vie, čo robiť.

Skontrolujte miesto konania akcie a ubytovanie pre účasť osobne. Predídete tak nepríjemným prekvapeniam.

Pripravte sa na to, že aj keď ľuďom poskytnete detailné informácie, nevyhnete sa nedorozumeniam. Môžu sa stratiť a podobne. Preto do e-mailov alebo informačných balíčkov vždy pridávajte aspoň jedno telefónne číslo – priamy kontakt na člena alebo členku organizačného tímu.

Pripravte sa aj na to, že sa stane niečo neočakávané. Pri veľkých akciách sa to stáva pravidelne. Chaos síce nedokážete kontrolovať, ale aspoň budete pripravení.

Ak chcete, aby na stretnutiach alebo akciách panovala otvorená a priateľská atmosféra, vytvorte na úvod a záver programu priestor pre vzájomné zdieľanie pocitov. Položte účasť jednoduchú otázku: „Ako sa máte?“ alebo „Ako sa cítite?“ Je to osvedčený postup. Ľudia sa lepšie spoznajú a bude sa im lepšie spolupracovať.

Z každého stretnutia si urobte zápis. Poznačte si, kto na seba zobral zodpovednosť za niektorú z úloh a dokedy ju má vykonať. Na konci stretnutia sa môžete spoločne uistiť, že všetci naozaj porozumeli úlohám, ktoré prijali. Na začiatku ďalšieho stretnutia skontrolujte, či sa úlohy podarilo splniť.

Nezabúdajte na introvertné účasť. Hľadajte spôsoby, ako mu uľahčiť zdieľanie myšlienok s ostatnými: pridajte do programu napríklad diskusie v malých skupinách.

Požiadajte rečníctvo, aby používalo jazyk, ktorému všetci rozumejú.
Ak je to potrebné, zabezpečte tlmočenie.

Pri organizovaní vždy rátajte s tým, že vám ľudia neodpovedia ihneď.
Doprajte im čas na odpoveď.

Snažte sa využívať materiál z udržateľných zdrojov a nevytvárajte
zbytočný odpad.

Šablóny

Agenda/program stretnutia

Čas	Bod programu	Popis	Čo budeme potrebovať	Zodpovedná osoba	Poznámky
10:00	Úvod	Privítanie účastníctva, predstavenie programu	<ul style="list-style-type: none">• PPT s logami• Program na flipcharte	Jozef	
10:10	Úvodný prejav			Jana	Zistiť, čo bude prednášajúci potrebovať
10:30

Kontrolný zoznam pre organizovanie akcií

Pred akciou

- Propagácia akcie
- Rezervovať miesto akcie
- Vytvoriť a zverejniť registračný formulár
- Pripomenúť udalosť registrovaným ľuďom
- Zabezpečiť občerstvenie
- Pripraviť návrh programu
- Rozdeliť úlohy
- Zabezpečiť fotografku alebo fotografa

Tesne pred akciou

- Dohodnúť posledné detaily s miestom konania a cateringom
- Pripraviť letáky a ďalšie materiály
- Dokončiť program
- Upraviť priestor
- Vyskúšať techniku, projektor, ozvučenie a podobne.

Počas akcie

- Zbierať podpisy na prezenčnú listinu
- Zverejňovať príspevky na sociálnych sieťach
- Zabezpečiť záznam akcie – fotografie a videá

Po akcii

- Spracovať fotografie a videá
- Pridať príspevky na sociálne siete
- Poďakovať účasti
- Získať spätnú väzbu
- Vyhodnotiť spoluprácu v tíme

Prehľad úloh a ich aktuálny stav

Nevyriešené	V procese	Dokončené

Projektoví partneri



Ekumenická Akademie (Česko)

Ekumenická akademie (EA) je mimovládna organizácia, ktorá vznikla v roku 1996 s víziou prispieť k vytváraniu sociálne spravodlivej, udržateľnej a tolerantnej spoločnosti. EA sa zaoberá napĺňaním záväzkov v oblasti ľudských práv a hľadá riešenia, ktoré pomáhajú odstraňovať ekonomické, sociálne, rodové a etnické nerovnosti. EA podporuje rozličné formy ekonomickej demokracie, ako napríklad sociálnu solidárnu ekonomiku (SSE), fair trade (spravodlivý obchod) a družstevníctvo. Má viac ako 25 rokov skúseností s neformálnym vzdelávaním, spoluprácou s univerzitami, propagovaním zodpovedného spotrebiteľského správania a alternatívnych ekonomických modelov a vytváraním príkladov SSE v praxi. EA patrí medzi zakladateľov Fair Trade hnutia v Českej republike, viac ako 15 rokov prevádzkuje fairtradeový obchod a v roku 2013 spoluzakladala Fair& Bio pražiareň kávy – družstevný sociálny podnik, ktorý zamestnáva znevýhodnených ľudí a praží fairtradeovú organickú kávu.

Viac informácií: ekumakad.cz



Fundacja Ekorozwoju (Poľsko)

Nadácia pre udržateľný rozvoj (v poľštine skrátene FER) je mimovládna organizácia so sídlom vo Vroclavi, ktorá sa od roku 1991 snaží pracovať v prospech ľudí a prírody. Zaoberá sa prierezovým vzdelávaním, ktoré spája rozličné disciplíny: od environmentálneho a prírodovedného vzdelávania, cez globálne a občianske vzdelávanie, až po antidiskriminačné a interkultúrne vzdelávanie. Tieto oblasti sú kľúčové pri snahe motivovať obyvateľstvo, aby sa zapojilo do zápasov za sociálnu spravodlivosť a zabezpečiť mierovú spoluprácu medzi rozličnými skupinami. Vzdelávacie aktivity sa odohrávajú najmä v EkoCentre vo Vroclavi, kde FER sídli. Vzniklo v roku 2013 a je modelovým centrom pre environmentálne vzdelávanie. Nadácia vyvíja aktivity predovšetkým v Poľsku, ale čerpá silu a vedomosti zo spolupráce s mnohými partnerskými organizáciami a sieťami z celej Európy.

Viac informácií: fer.org.pl/en/



Ripess Europe

RIPESS Europe je európska sieť pre sociálnu solidárnu ekonomiku (SSE), ktorá je súčasťou interkontinentálnej siete RIPESS Intercontinental, a spája viac ako 40 národných, sektorových alebo medzi-sektorových sietí z 20-tich krajín. Organizácia podporuje výmenu skúseností z praxe a vzájomnú spoluprácu medzi rozličnými organizáciami, zapája sa do aktivít, ktoré propagujú a zviditeľňujú hnutie solidárnej ekonomiky a podieľa sa na príprave návrhov zákonov alebo verejných politík. RIPESS Europe je nezisková organizácia so sídlom v Luxembursku. Pracuje však na celom kontinente.

Viac informácií: <https://ripeSS.eu/>



PROFILANTROP
.....
ASSOCIATION

Profilantrop (Maďarsko)

Profilantrop je organizácia, ktorej cieľom je zvyšovať environmentálne povedomie, posilňovať nezávislosť a sebavedomie miestnych komún a podporovať zodpovedný, udržateľný a regeneratívny životný štýl. Od roku 2012 realizuje regeneratívne, komunitné a solidárne projekty na miestnej a medzinárodnej úrovni. Podporuje formovanie odolných miestnych komún, ktoré sú schopné adekvátne reagovať na výzvy, ktoré prináša klimatická kríza. V roku 2015 organizácia otvorila charitatívny obchod Filantrópia, sociálny podnik so sídlom v Budapešti.

Profilantrop ponúka kurzy o regeneratívnom rozvoji a podporuje prepájanie teórie s praxou prostredníctvom spolupráce s rozličnými inštitúciami, ako je napríklad Korvínova univerzita v Budapešti. Je členskou organizáciou Maďarskej asociácie mimovládnych organizácií pre rozvoj a humanitárnu pomoc a Maďarskej siete solidárnej ekonomiky. Prostredníctvom workshopov a vzdelávacích podujatí poskytuje ľuďom cenné nástroje na zvládanie životných výziev, podporuje sebastačnosť a osobný rast. Dôležitou súčasťou poslania organizácie je katalyzovať zmeny v maďarskej spoločnosti posilňovaním postavenia ďalších mimovládnych organizácií prostredníctvom zlepšovania ich mäkkých zručností a znalostí v oblasti organizovania.

Viac informácií: profilantrop.org/en/home/



Utopia (Slovensko)

Utopia je občianske združenie, ktoré vzniklo v roku 2010 s cieľom prehĺbovať demokratické procesy v spoločnosti, rozvíjať občiansku participáciu a propagovať politiky, ktoré sú inkluzívne a priateľské k životnému prostrediu. Hlavným cieľom Utopie je vytvárať, presadzovať a realizovať sociálne inovácie, ktoré vedú k zníženiu chudoby a sociálneho vylúčenia a posilňujú demokratickú spoluprácu, komunitný rozvoj a environmentálnu udržateľnosť.

Viac informácií: nova.utopia.sk



HATI-SOS

HARD TIMES - SOFT SKILLS