

A ŠTA AKO MOŽE?

Priče deset organizacija civilnog društva
o prikupljanju sredstava u zajednicama



B | T | D The Balkan Trust
for Democracy
A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND

Ova publikacija je izrađena u okviru projekta „UKLJUČI SE i utiči“.
Projekat finansira Evropska unija, a sufinansira Balkanski fond za demokratiju.



A ŠTA AKO MOŽE?

**Priče deset organizacija civilnog društva
o prikupljanju sredstava u zajednicama**

Beograd 2022.

A ŠTA AKO MOŽE?

Priče deset organizacija civilnog društva o prikupljanju sredstava u zajednicama

Izdavač

Trag fondacija

Mileševska 5/I-6, Beograd, Srbija

filantropija@tragfondacija.org

www.tragfondacija.org

Za izdavača

Biljana Dakić Đorđević

Autorka

Marija Mitić

Urednici

Ana Novaković

Vjekoslav Vuković

Jana Šarić

Marija Mitrović

Dizajn i grafička obrada

Frank the people

Slavica Čukanović

Bojana Čabreja

Štampa

Digital Art, Beograd

Tiraž

50 primeraka

SADRŽAJ

Uvodna reč	7
Brisanje granica	8
Srce na mestu	10
Efekat grudve	12
Sila je uvek sa tobom	14
Sloboda se uči	16
Ljudi mogu	18
Mi smo Betmeni	20
Širi dalje	22
Kad je bal - nek je bal	24
Tri, dva, jedan - akcija!	26
Uhvaćene beleške	28





Uvodna reč

Ova zbirka priča posvećena je svakome ko je pozeleo da učini društvo ili svoj kraj boljim mestom za život i iskreno se zapitao: *Da li je ovo uopšte moguće?* Nastala je kao optimistična i smela replika svim kolebanjima, strepnjama i sumnjama da li je uopšte izvodljivo dugoročno, stabilno i nezavisno raditi za opšte dobro. Pred vama se nalaze priče deset organizacija civilnog društva, koje dokazuju, ne samo da jeste moguće, već i da postoji mnogo načina da se i sami otisnete na put sličnim stazama.

Iako je svaku organizaciju put prikupljanja sredstava vodio na različite strane i ka različitim ciljevima, sve su počele iz iste tačke „A“. Reč je o programu Akademija održivosti, koji je tokom 2019. godine svaka od njih pohađala. Već više od deset godina, kroz ovaj i druge fandrejzing programe, Trag fondacija podržava sve one koji se usude da podršku za svoje poduhvate potraže u zajednicama. Svake godine određeni broj organizacija najpre prolazi niz treninga, na kojima uči o osnovama fandrejzinga i tehnikama prikupljanja sredstava. Nakon toga sledi mentorska i finansijska podrška da teoriju pretoče u delo i potrudu se da postignu ciljeve koje su sebi postavili. Ukoliko u tome uspeju, dobijaju i dodatni vetar u leđa time što im Trag fondacija duplira prikupljena sredstva do vrednosti od 4.000 evra. Koliko je ovaj sistem zapravo delotvoran, potvrđuje i činjenica da je te 2019. godine, svih deset organizacija za manje od tri meseca zajedno prikupilo više od 33.000 evra, kako od građana, tako i od preduzetnika i većih kompanija u svom okruženju.

Akademija je možda najvažniji, ali svakako ne i jedini vid podrške koji Trag fondacija pruža organizacijama koje odluče da se oslone na sopstvene kapacitete. Zajedno sa partnerima iz SIGN mreže, u okviru programa

Regionalna akademija održivosti, ista znanja prenose se organizacijama civilnog društva u zemljama u regionu, uz nešto izazovnije ciljeve za prikupljanje i strateško promišljanje. Osim nje, tu su i programi Uspešni fandrejzing i Perspektiva za održivost, koji promovišu inovativne filantropske i fandrejzing prakse. O tome da je reč o svojevrsnoj (tihoj) revoluciji govore i brojke: kroz sve navedene programe je do septembra 2021. godine 79 organizacija iz 35 zajednica prikupilo čak 400.000 evra, koje im je Trag fondacija udvostručila. Naravno, da biste podršku pružili, važno je da i sami možete na nju da se oslonite. Zato je neophodno istaći da su programi do sada realizovani upravo zahvaljujući podršci donatora poput Evropske unije, Balkanskog fonda za demokratiju, Američke agencije za međunarodni razvoj – USAID, Balkanske mreže za razvoj civilnog društva i Švedske agencije za međunarodnu razvojnu saradnju.

Ova zbirka nastala je sa željom da podstakne neke nove neprofitne organizacije da se otisnu na izazovan, ali vredan put prikupljanja sredstava u zajednici. Zato ona na pitanje sa početka: *Da li je ovo uopšte moguće?*, odgovara pitanjima: *A šta ako je dovoljno da se osmelimo, opremimo strpljenjem i pokušamo? A šta ako ne moramo da čekamo drugog da nas pokrene, već možemo da se oslonimo na sebe? Jednostavno, a šta ako može?*

Jer ako može, kao što ove priče nesumnjivo pokazuju, onda je itekako vredno pokušaja.

“Brisanje granica”

Centar za zaštitu i pomoć tražiocima azila, Beograd

Da li su granice među ljudima strogo ucrtane kartografskim krivama i žicama ili ih solidarnost i hrabrost pomeraju i brišu? Da li su granice sopstvenog straha i predrasuda nepremostive ili pak možemo kao zajednica da pružimo ruku i nekome sa druge strane? Ova pitanja podstakla su mladu skupinu pravnika, psihologa i socijalnih radnika da, odmah po završetku studija, stupe u kontakt sa Ujedinjenim nacijama i posvete se zaštiti izbeglica. Po povratku u Srbiju, uoči usvajanja Zakona o azilu 2007. godine, osnivaju Centar za zaštitu i pomoć tražiocima azila. „U tom trenutku, mi smo jedini u zemlji imali iskustva i znanja o azilu. Institucije su počinjale od nule, a mi smo se osećali pozvanim da damo doprinos i zaštitimo izbeglice”, priseća se Radoš Đurović, jedan od osnivača Centra. Početke opisuju jednom rečju – grassroots. Uz ogromnu podršku porodice i prijatelja, snašli su se za prostor, pribavili osnovna sredstva za rad i na sebe preuzeli oko četrdeset slučajeva godišnje, kojima su se predano bavili posle svojih dnevnih poslova. U mnogim narednim poglavljima, činjenica da su uvek mogli da se oslone na sebe i primarni krug podrške pokazaće se kao njihova najvažnija snaga.

**Ključan je spoj stručnosti i aktivizma.
Strastvenost bez znanja nema pun zamah.**

Od 2009. godine jedna velika međunarodna organizacija postaje glavni donator Centra, što će im dati stabilnost i širinu, ali ubrzo pokazati i svoje lošije strane. „Vremenom smo, kroz saradnju sa njima, sve više upoznali šta znači zavisiti od jednog, tako dominantnog donatora, koji ima svoju agendu, koja pak možda nema veze sa vašim principima. On se uplitao sve više u politiku naše organizacije i mi smo se pred kraj 2011. našli na

prekretnici: da nastavimo sa njima i postanemo puki izvršioci nečije volje ili da nastavimo sami i pomažemo ljudima humano i etički, onako kako verujemo da jedino ima smisla”, ističe Radoš. Jasno je šta su učinili. Raskid sa donatorom te veličine i reputacije nije bio nimalo lak, ali su znali da mogu dalje sami jer su sami i počeli. U narednim godinama nastavili su da pružaju podršku azilantima u centrima u Banji Koviljači, Bogovađi i Tutinu, da pomažu institucijama, povezuju se sa medijima, umrežavaju lokalnu policiju, centre za socijalni rad i druge tačke podrške, da mobilišu volontere i rade sa različitim grupama stanovništva. Jednom rečju, da jačaju svoju ulogu u zajednicama širom Srbije. U tom smislu, volonterska mreža je od početka bila ključna za njihov rad, kako tvrde: „Ako je dobro usmerena i planirana, pomoć volontera je neprocenjiva. Mnogo doprinosi povećanju kapaciteta organizacije, naročito kada je reč o tehničkim, operativnim i terenskim obavezama. Imamo dobru saradnju sa lokalnim, ali i sa međunarodnim univerzitetima. Među 400 volontera, koliko je do sada prošlo kroz organizaciju, mnogo njih bilo je sa Pravnog fakulteta u Beogradu, ali i sa Harvarda i Kolumbije.” S izbijanjem migrantske krize i prilivom velikog broja izbeglica kojima je bila potrebna pravna, socijalna, psihološka i politička pomoć, volonteri su se pokazali kao vredan resurs. U želji da se posledice krize što pre saniraju, donatori su novac usmerili ka većim, međunarodnim organizacijama, što je ugušilo dosta manjih inicijativa i umalo uništilo kapacitete zajednica da same odgovore na ove izazove. Ipak, zahvaljujući podršci porodice, prijatelja, kolega i volontera, Centar za zaštitu i pomoć tražiocima azila još jednom je pokazao da otpornost u vremenima krize leži u nezavisnosti i stručnosti.

Tri godine kasnije, u momentu kada su počeli da razmišljaju o različitim vidovima finansiranja i kada su mogli da naslute da će opstanak biti sve

izazovniji, prijavljuju se za program Akademija održivosti. „Akademija nam je mnogo pomogla da proširimo percepciju fandrejzinga i naučimo kako se razvija odnos sa donatorima i sa zajednicom, koji sve alati postoje, koji vidovi podrške... Pomogla nam je da damo teorijski okvir onome što smo radili gerilski i intuitivno“, kažu iz Centra. Kampanju su usmerili na sredstva potrebna za kupovinu kampera, koji bi im služio kao mobilna kancelarija i, ujedno, za prevoz humanitarne pomoći. Znali su da bi svaki javni poziv za donacije u zemlji suočen sa krizom koja prevazilazi njene kapacitete izazvao političke konotacije i bio potencijalno kontraproduktivan. Zato su se okrenuli svetskoj platformi Global Giving i pozvali bivše volontere iz krugova studenata iz inostranstva. O logici koja stoji iza te odluke kažu: „U kampanji morate razmišljati ko će vam najverovatnije pomoći. Naši korisnici su stranci, koji se najčešće ni ne zadržavaju u zemlji, te, razumljivo, nije bilo osećaja da odgovornost za rešavanje tog problema leži na lokalnoj zajednici, bar ne još uvek. Mi smo se zato okrenuli mladim pravnicima, psiholozima, akademikima najvećih američkih univerziteta, za koje smo bili sigurni da nam veruju, jer su nas upoznali kroz volonterski rad, i da istovremeno imaju sredstva da nas podrže.“ I bili su u pravu. Uz dodatnu podršku prijatelja i korporativnih donatora, sa kojima su ranije već sarađivali, uspeali su da za kratko vreme prikupe potreban novac i pribave kamper, koji ih služi i dan danas. Koristeći iskustva sa Akademije, nastavili su sa fandrejzingom i pronalazili nove načine da osnaže veze sa donatorima, i posle kampanje. Ubrzo potom otvorili su i pekaru kao socijalno preduzeće, koje im nakon dve godine uspešnog rada, danas predstavlja još jedan način da postignu samoodrživost.

Nakon 15 godina rada, bezbroj teških lekcija i iskustava, veruju da su pronašli svoj odgovor na pitanje opstanka organizacija civilnog društva. „Samo jedan izvor prihoda, poput jednog velikog donatora, dosta je ograničavajući. Projektno finansiranje, sa druge strane, nije održivo. Jedini dobar pristup je kombinovati projektno finansiranje, podršku stalnih donatora, socijalno preduzetništvo i podršku šire javnosti, ukoliko vam tema to omogućava. Kroz spoj tih različitih izvora finansiranja, vi ostvarujete i sigurnost i nezavisnost. To je sloboda koju niko ne može da vam oduzme.“ A ta sloboda osvaja se tek nakon što se, kao što nas njihova priča uči, usudimo da neke granice obrišemo i docrtamo svoje.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Stručnost uliva poverenje.** Onima koji vas ne poznaju lično, samo stručnost signalizira da ćete njihove donacije upotrebiti na pravi način.
- 2. Podrška prijatelja, porodice i poznanika je neprocenjiva.** Niko nije uspeo sam. Oslonite se na krug najbližih, kao stalni izvor snage.
- 3. Uspešni ste koliko ste vidljivi.** Negujte veze sa medijima, budite im pouzdan izvor informacija na stručne teme i moći ćete uvek da računate na njihovu podršku.



“Srce na mestu”

Centar Srce, Novi Sad

U svakoj zajednici, nažalost, postoje ljudi koji biju teške emotivne i psihičke bitke. U svakoj, na sreću, postoje i oni koji se bore protiv zabranjenih tema, protiv stigmi psihičkih stanja i samoubistva, i to čine najsnažnijim oružjem na svetu – razgovorom. Takvi su ljudi koji čine Centar Srce iz Novog Sada. Iako je nastao na inicijativu profesora novosadskog univerziteta 1991. godine, kao vid podrške ljudima sa iskustvom učešća u ratu, ubrzo je postalo jasno da potrebu za psihološkom pomoći imaju sve kategorije društva, te se Srce ipak deklarise kao centar za pružanje emotivne podrške i prevenciju samoubistava. Već u prvim godinama raste broj korisnika, a sa njim i broj volontera, u početku mahom studenata psihologije, ali potom i svih ljudi koji žele da pomognu.

Na donacije ne gledamo kao na novac koji nam je dat. On nam je poveren da ga iskoristimo za pravi cilj.

„Među našim volonterima ima ljudi različite dobi, profila, socijalnih i obrazovnih pozadina. U toj šarenolikosti životnih iskustava i leži snaga Srca” – ističe Slavica Ranisavljev Kovačev, direktorka Centra. Rad Centra je bio, i ostao, zasnovan na volonterskoj bazi, a za prostor i održavanje su se snalazili. To im je, kako kažu, olakšalo rad, ali ih je na neki način i ograničilo: „Koristili smo jednu univerzitetsku prostoriju od deset kvadrata i troškovi su nam bili minimalni. Uvek smo imali tačno onoliko koliko je potrebno da opstanemo i ništa više od toga. Gotovo dve decenije težili smo samo tome da održimo uslugu i budemo tu za one kojima smo potrebni, bez razmišljanja o samoj organizaciji i sigurnom izvoru prihoda.” – dodaje Slavica. Radeći

tako važan posao od danas do sutra i bez podrške šire javnosti, volonteri su vremenom gubili volju i odlazili, a Srce je bilo prinuđeno da skрати radno vreme sa devet na šest sati dnevno. Iako nikada ranije nisu ni pomišljali na fandrejzing, u tom času činilo im se da se situacija menja: *„Dugo je bila sramota pričati o mentalnom zdravlju i samoubistvu, a kamoli povezati brend ili ime sa tom temom. Tek vremenom se klima menjala. Došle su nove generacije, spremnije da razgovaraju o anksioznosti, depresiji, strahovima; otvorena su brojna savetovališta; uvedena je nacionalna linija za prevenciju suicida, čime je država pokazala da je to i njena odgovornost. Ljudi su polako prestajali da za samoubistvo krive one koji ga izvrše i sve češće su preispitivali ulogu društva u tome. U tom obrtu emocija, od krivice i besa do tuge i zapitanosti, mi smo kao društvo stigli na mesto u kom želimo da pomognemo i u kom je za nas bilo moguće da zatražimo sredstva.”* To se poklopilo i sa Akademijom održivosti 2019. godine. Priznaju, da nije bilo nje i da nije bila toliko usmerena na primenu naučenog, verovatno bi ceo poduhvat odložili za neke bolje dane. Umesto toga, rešili su da su ovo najbolji dani, okupili volontere, izložili im cilj i saslušali njihove ideje. Rešili su da svakome daju punu slobodu da se okuša u onome u šta veruje, „pa šta upali”. Njihova kampanja počela je široko od prvog dana i od tada nije prestala da se širi.

Najpre se jedna volonterka, ujedno i članica pop hora, javila s idejom humanitarnog koncerta. Uz poznanstva iz muzičkih krugova, ova ideja pretvorila se u niz dnevnih i večernjih koncerata koji su im doneli značajan deo sredstava, ali i veliku pažnju publike. Potom su došli na ideju da održe seriju treninga na temu „Kako pomoći mladima koji razmišljaju o suicidu?” i pozovu zainteresovane da umesto novca za edukaciju, uplate donaciju Centru. Treninzi su izazvali ogromno interesovanje, a ekipi Srca bilo je

drago, kako zbog sredstava, tako i zbog prilike da se tema samoubistva obradi na način na koji zaslužuje. Održali su i aukciju studentskih slika, a povodom Dana mentalnog zdravlja, bili prisutni sa donatorskom kutijom i volonterima u raznim lokalima u Beogradu i na Exit festivalu u Novom Sadu. Iskoristili su dobru saradnju sa medijima da ispričaju priču o Srcu i ukažu na njegov značaj za zajednicu. „Prvo razmišljaš o nekim megalomanskim kampanjama koje su teško izvodljive, ali čim krene , shvatiš da je traženje sredstava i usluga od drugih jedna prirodna, ljudska stvar“, kaže Slavica o njihovom pristupu fandrejzingu.

Međutim, stvari su počele da se zahuktavaju kada su mnogobrojni pojedinci preuzeli na sebe odgovornost da prikupe određena sredstva u ime Srca. Tako se kampanji samoinicijativno pridružila jedna devojka, koja je donacije sakupila prodajom svojih rukotvorina na dru stvenim mrežama, a ubrzo potom i jedan studio za tetovaže koji je donirao svoj celodnevni pazar. Jedno kolsko odeljenje dalo je donaciju u znak sećanja na druga koji je oduzeo sebi život, što je bio naročito emotivan gest. Imali su saveznike i u pojedinim kompanijama i preduzećima. Neočekivani vrhunac, ipak, desio se kada im se javila bivša volonterka sa željom da im ustupi značajno veći prostor u centru grada. Sredstva koja su prikupili, selidba, bolji uslovi rada, kao i sve druge aktivnosti koje su podigle vidljivost rada Centra, donele su im nove volontere i vratile du e radno vreme. „Taj upliv u fandrejzing bio je naša velika prekretnica. Kampanjom smo produžili život Srca za deset godina i ostvarili tri važne pobede. Prvo, prikupili smo sredstva i ponovo produžili radno vreme. Drugo, uspeli smo

da promenimo svest volontera i dokažemo sebi da nismo jadni i mali, već da je to što radimo važno zajednici. I konačno, kampanja je poslužila kao način da zajednica kroz razgovor, uključivanje i donacije kanaliće svoju podršku pitanju mentalnog zdravlja. Dugo je u zajednici tinjala neka želja da se uradi nešto po pitanju suicida, ali je niko pre nas nije vokalizovao. A to je najveća pobeda, veća i od samog Srca“ – zaključuje Slavica. Da im program Akademije održivosti nije pružio samo jednokratnu podršku, već i svojevrsni zalag za budućnost govori i činjenica da je udruženje nastavilo da naučeno primenjuje do danas. Jedan od najvećih uspeha stigao je nekoliko godina po završetku kampanje, a re  je o saradnji sa kompanijama Gillette i dm-drogerie markt i zajedničkoj kampanji posvećenoj važnosti mentalnog zdravlja muškaraca.

Fandrejzing nije samo proces prikupljanja novca. To je često, kao i u ovoj pri i, način da se zajednica angažuje oko zajedničke misije. A ako smo svi na istoj misiji, onda nema malog doprinosa: neko doprinosi tako što se javlja na telefon, neko tako što d  donaciju, neko tako što širi glas i ru i tabue. Načina je bezbroj, no dokle god se radi iz želje da se zajednica i svi u njoj osnaže, svakome je srce na mestu.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Oslonite se na zajednicu i tokom kampanje.** Ne morate sve raditi sami; potrebno je samo što iskrenije zatražiti pomoć i prepustiti svakome ko želi da pomogne, da to učini na svoj način.
- 2. Vaš cilj mora biti iznad svega ostalog.** Ako verujete da je on vredan tuđeg vremena, truda i novca, lako ćete to preneti i drugima.
- 3. Ako nemate iskustva u fandrejzingu, slobodno pristupite široko.** Vremenom ćete shvatiti šta vam ide i šta vam odgovara, te ćete suziti aktivnosti.

llll ll
llll

llll ll
llll



“Efekat grudve”

Da se zna!, Beograd

Udruženje „Da se zna!” iz Beograda posvećeno je pružanju psihološke i pravne podrške LGBT+ osobama. Nastalo je 2016. godine iz želje da se nasilje nad LGBT+ zajednicom, pre svega, dokumentuje, pravno prizna, ali i lakše prebrodi uz psihološku pomoć. Nakon dve godine upornog rada, od beogradske Opštine Vračar uspele su da na korišćenje dobiju jednu zpuštenu, mračnu i hladnu kancelariju u bivšem obrazovnom centru. Iako ni izbliza nije delovala kao „sigurno mesto” za one kojima podrška nedostaje, uspele su da u njoj vide buduće Savetovalište za LGBT+ osobe, njihove roditelje i prijatelje.

Traženje novca povezuje zajednicu – poručuje da smo zapravo u istom problemu i da moramo napraviti zajednički fond da bismo ga rešili.

„Od samog osnivanja, mi tražimo i gradimo načine da makar deo sredstava prikupimo u zajednici. Imamo stalne individualne donatore i partnerske organizacije, na čiju pomoć možemo da računamo. Imamo bogatu bazu kontakata koju stalno dopunjujemo. Uvek prodajemo šolje, bedževe i slične proizvode u Pride Info centru. Svake godine organizujemo i nekoliko događaja, gde sredstva prikupljamo od prodaje karata”, kaže Aleksandar Savić, aktivista organizacije „Da se zna!” i dodaje: „Kada smo se 2019. godine prijavili za Akademiju održivosti, već smo imali dosta jaku bazu, oko koje smo onda mogli da ispletemo dobru strategiju.” Tako je i bilo. Ubrzo po početku kampanje, samo je u digitalnim kanalima, kroz njuzleter, podcast, Jutjub kanal, Instagram i Fejsbuk, poziv za donacije videlo više desetina hiljada

ljudi. Pored toga, prodavali su brendirane šolje, pisali darodavcima iz svoje baze, a potom i organizovali „Dan za kafu” u četiri beogradska lokala i pozvali pratiocima da kupovinom ovog napitka doniraju za Savetovalište. Na pitanje kako najbolje prići ljudima i zatražiti im pomoć, iz udruženja kažu: „Jednostavno, trudite se da budete iskreni i autentični, a ne da pribegavate frazama. Ljudi ne daju organizacijama, ljudi daju ljudima. I zato je važno da zajednica oseti da im se obraćaju osobe kojima je podrška potrebna.”

Svaka ova pojedinačna aktivnost, koju su sprovedi, donela je određena sredstva, ali su sve zajedno donele i nešto vrednije – pažnju javnosti. Pažnja jedne kompanije, međutim, daće im sasvim neočekivani vetar u leđa. Reč je o marketinškoj agenciji McCann, koja je inspirisana misijom organizacije, samoinicijativno odlučila da im donira kampanju pod nazivom „Ne odričem se”. Jedan od najtežih trenutaka za LGBT+ osobe zapravo je deklarisanje seksualne orijentacije pred članovima porodice, naročito u malim sredinama gde je strah od javnog odbacivanja ogroman. Upravo iz toga rodila se ideja o seriji malih oglasa u nacionalnim i lokalnim novinama širom Srbije, u kojima će roditelji javno podržati svoju LGBT+ decu. Odmah po objavljivanju, oglasi su preplavili društvene mreže, odjeknuli u medijima i postali predmet debate, a kampanja je pridobila veliku podršku javnosti i poznatih ličnosti. Za svega par stotina evra medijskih ulaganja i za manje od tri dana, poruku je videlo milion i po ljudi. „Tolika pažnja nam je pomogla da brzo prikupimo potrebna sredstva i omogućimo renoviranje Savetovališta. Međutim, donela nam je i nove saveznike među roditeljima i porodicama LGBT+ osoba. Zapravo je to važno shvatiti: svaka fandrejzing kampanja ujedno je i kampanja za podizanje svesti o nekom problemu, o nekim marginalizovanim sugrađanima. Svaka je, stoga, i prilika za podizanje empatije.” – dodaju iz udruženja.

Upravo kao posledica kampanje „Ne odričem se“, donacije su nastavile da pristižu i u narednim mesecima. Velika duvanska kompanija donirala im je značajnu svotu za dodatno opremanje i dugoročni rad Savetovaništa, čime su u zbiru uspeali da prikupe čak šest puta više novca nego što je isprva bilo planirano. „*lako deluje da se nama ovo sve desilo slučajno, ja verujem da nije tako. Prikupljanje sredstava nije linearan proces, to je akumulirani rad. Kao kad godinama učiš neki jezik, učiš gramatiku i pravila, misliš da ne znaš i onda ti odjednom samo 'klikne' i progovoriš. A zapravo ti nije 'kliknulo' odjednom, već kao rezultat kontinuiranog rada. Zato je važno uvek raditi, i kad se čini da nema rezultata. Naročito tada.*“ – poručuje Dragoslava Barzut, jedna od osnivačica udruženja.

Priča o ovom udruženju, priča je o tome da proces prikupljanja sredstava često liči na jednu grudvu koja je pokrenula snežnu lavinu. Bez neumornog i svestranog rada organizacije, zajednica se verovatno ne bi zainteresovala u tolikoj meri. Bez pažnje zajednice, glas o njima ne bi tako lako stigao i do marketinške agencije. Bez agencijske kreativnosti i medijske pokrivenosti, pitanje je da li bi stekli nove podržavaoce, da li bi usledile dodatne korporativne donacije i da li bi konačno sve to bilo vraćeno zajednici kroz rad Savetovaništa. Aleksandar ističe upravo tu stranu fandrejzinga: „*Vi prikupljanjem sredstava ujedno okupljate ljude. Uključujete druge aktere društva – pojedince, kompanije, medije, institucije – direktno u svoj rad, tako da vaše bitke i pobeđe postaju njihove. Svaka donacija, svaki doprinos, svaki novi prijatelj, svaki gest – možda je mali sam za sebe, ali uvek vodi ka nečemu većem.*“

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Komunicirajte iskreno i ljudski.** Klonite se fraza i onoga kako zamišljate da fandrejzing treba da zvuči.
- 2. Napravite listu kontakata.** Unesite u nju svaku novu osobu kojoj se možete obratiti za podršku i uskoro ćete imati bazu partnera i prijatelja.
- 3. Ne potcenjujte značaj nenovčanih donacija.** Možda baš takva donacija donese najveći pomak, kao u našem slučaju.



“Sila je uvek sa tobom”

Džedajski pokret, Niš

Šta se dešava kada se ideja sa filmskog platna prelije na stvarnost, a grupa ljudi sebe doživi kao junake koji zapravo imaju supermoć da svoj grad menjaju nabolje? Odgovor na to daje nam Džedajski pokret iz Niša, koji su 2015. godine osnovali zaljubljenici u Ratove zvezda. Miloš Antić, osnivač pokreta, kaže da je za njih priča filma, pre svega, „priča o borbi dobra i zla, ali i priča o svakom čoveku“. Džedajski pokret već gotovo osam godina okuplja ljude koji znaju da svaka društvena promena počinje u pojedincu, tačnije, Džedaju koji je spreman da se bori za dobro u sebi i drugima, da neprestano uči i napreduje. „Džedajski pokret je sigurna kuća za vizionare, za empatične lidere koji su spremni da stvaraju progresivnije, pravednije društvo.“ – kaže Miloš.

Sila je nešto što nas sve spaja i prožima. Ona radi na iskrenost i davanje. Ako daješ, sila ti vraća i otvara sva vrata.

Početke pokreta obeležila je konvencija ljubitelja Ratova zvezda, koja je osmišljena kao lek protiv opšte apatije u gradu. Iako nisu imali nikakvo iskustvo ni predznanje o prikupljanju sredstava, niti o organizaciji velikih manifestacija, prvi skup je uspešno održan, kako kažu, na gorivo entuzijazma. Njihov polet nije ostao neopažen, te su ubrzo počeli da im se pridružuju i ljudi koji nisu ljubitelji filmova, da bi ceo događaj vremenom prerastao u, sada već kulturni, Džedajkon, koji se održava svake godine. „Lepota Džedajkone je u toj slobodi da budete šta god želite“, ponosno ističu iz Pokreta. Bilo je tu, do sada, modnih revija lokalnih dizajnera,

takmičenja za najbolji kostim, gejming turnira, inspirativnih govora i razgovora sa liderima, piscima, šahistima, hip-hop i uličnim umetnicima, a polovina prihoda od ulaznica je svakog puta donirana u dobrotvorne svrhe. Konvencija je umnogome uticala na opredeljenje pokreta, kako ističe Miloš: „Već posle prvog Kona, doneli smo odluku da nam projekti koje radimo uvek služe kao alat za razvoj naših ljudi. To su neprocenjiva, stvarna iskustva sa organizacijom, sa timskim radom, sa obrtima, borbama, i nema bolje arene za učenje od te.“

Iako su se vremenom kalili, u momentu kada se 2019. godine prijavljuju za Akademiju održivosti, još uvek sve rade intuitivno i bez dugoročne strategije. Inspirisani treninzima, razgovorima i ljudima na Akademiji, Džedaji dolaze na ideju da sprovedu projekat koji će biti usmeren na problem školovanja dece bez roditeljskog staranja. „Statistika nije na njihovoj strani: samo 36% dece iz domova redovno pohađa osnovnu i srednju školu, a manje od 5% nastavlja školovanje. Međutim, ta težina odrastanja bez roditeljske podrške, u domovima i hraniteljskim porodicama, dala je većini te dece snagu, upornost i empatiju. Zato smo u njima videli ogroman potencijal.“ Tako se rodila ideja o kampu, u kojem bi ova deca imala priliku da usvoje različita znanja i veštine, kao i da upoznaju ljude i organizacije koje im mogu pomoći u daljem školovanju i zapošljavanju.

Imali su jasnu strategiju: da podršku zatraže od nekoliko niških kompanija i uspešnih preduzetnika. Međutim, svaki takav pokušaj naišao je na nezainteresovano, ali čvrsto „ne“ i oni su ostali bez sredstava kojima su se nadali, kao i bez naznake šta bi mogao biti plan “B”. Odbijanje ih je do te mere zateklo nespremljene da su danima i nedeljama samo razmišljali o narednom koraku, zapravo ne učinivši ništa. Kako su do njih stizale

vesti da je jedna po jedna organizacija uključena u program Akademije održivosti uspjela da prikupi sredstva, u poslednji čas su se trgli i setili da se Džedaji ipak nikad ne predaju bez borbe. Napravili su štand i izašli na ulice, među ljude na Nišvilu, Filmskim susretima, ruskim večerima, horskim svečanostima, raznim turnirima, pab kvizovima i svim važnim gradskim dešavanjima. Savladali su osećanje stida, progutali tu „knedlu u grlu“, prišli svojim sugrađanima i iskreno zatražili podršku. Borili su se za svakog donatora i svaku donaciju, sve dok konačno nisu uspjeli da prikupe sredstva. Trag fondacija im je svotu udvostručila i Džedaji su ubrzo u saradnji sa Centrom za porodični smeštaj i usvojenje iz Niša organizovali kamp za decu bez roditeljskog staranja pod nazivom „Sila prati hrabre – Vlasina kamp“. Inicijalni neuspeh, zatečenost, ali potom i rešenost da zajednici prenesu ono u šta veruju, tvrde, nešto je najbolje što im se desilo. „Ništa ne bih menjao. Da smo odmah dobili novac od tih kompanija, finansirali bismo kamp i to bi bilo to. Ovako smo stekli veliku vidljivost, povezali se sa našim sugrađanima, ali i sami smo mnogo porasli kroz te akcije. Postali smo otporniji na odbijanja, hrabriji i istrajniji u našoj misiji“ – priča Miloš. Iako su posle ovog gerilskog poduhvata bili potpuno iscrpljeni, shvatili su da ne smeju da izgube zamajac jednom kad su ga uhvatili. Nastavili su sa akcijama u zajednici i nisu zažalili. Te 2019. godine, Džedajkon je bio najposećeniji do tada. Sledeća godina je donela svetsku pandemiju, a Džedaji su, zahvaljujući dobrim vezama u zajednici, samo dva dana nakon proglašenja vanrednog stanja, uspjeli da prikupe veliku svotu novca za proizvodnju zaštitnih maski.

Nastavili su da prikupljaju sredstva, povezuju se sa zajednicom i ujedno da se razvijaju kao organizacija. Kada pogledaju iza ramena, kažu da se sve može vratiti na taj trenutak straha i neizvesnosti na ulicama Niša: „Da izađeš među svet, potrebna ti je samo vera da ljudi mogu da budu dobri i ništa više. Čak ni štand ti ne treba. A kada kod drugih osetiš tu želju da učine nešto za zajednicu, kada vidiš snagu empatije, ništa ti više neće biti isto. Duško Radović kaže: ‘Bio sam neko i nešto, a sada sam niko i sve’. Tako i ti stojiš na ulici kao niko, ali zapravo si, u isto vreme sve, jer predstavljaš dobrotu, koje su ljudi željni.“

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Uvek treba imati strategiju.** Ako ne napravite strategiju sopstvene organizacije, pitanje ko ste vi kao organizacija i čime se bavite biće uvek maglovito i nejasno.
- 2. Budite realni kada procenjujete svoje mogućnosti i kapacitete.** Entuzijazam zbog neke ideje često učini da mislimo da možemo više nego što je odista moguće.
- 3. Radite na sebi.** Ako stalno ulažete u svoje znanje i učite iz iskustava, postajaćete sve bolji.



“Sloboda se uči”

Fakiri sa juga, Kruševac

U Bivolju, na periferiji Kruševca, tik uz reku Rasinu, leži zgrada neobičnog izgleda. Nekadašnji prostor lokalnog fudbalskog kluba, potom kafana o kojoj će vam svaki meštanin uz osmeh ispričati neku anegdotu; a danas je to sedište alternativnog kulturnog centra Gnezdo. Iz želje da pod jednim krovom okupe umetnike, aktiviste i entuzijaste ovog grada i stvore, jednom rečju, zajedničko igralište, Udruženje građana Fakiri sa juga rešilo je da „svije” Gnezdo 2017. godine. „Počeli smo kao mala umetnička trupa, a registrovali smo se kao udruženje baš zato što smo želeli da u proces oko ustupanja prostora uđemo dugoročno, pravno i ozbiljno. Zgrada fudbalskog kluba je mnogo značila celoj zajednici, a već dugo je bila prazna i devastirana. U času kada smo mi naišli, i uprava i meštani dočekali su nas otvorenih ruku i rekli: ‘Što da ne? Možda vi mladi, ljudi ljudi i uradite nešto!’”

**Vi ne rešavate samo probleme,
vi vraćate optimizam.**

I uradili su: zasukali su rukave, zgrabili četke i alate i bacili se na posao, a njihov elan uskoro je pokrenuo celu zajednicu. Jedno preduzeće dalo im je palete od kojih će načiniti scenu, druga kompanija donirala im je sredstva za sanaciju krova, mnogi meštani ustupili su stari nameštaj i tehniku, a u saradnji sa Mladim istraživačima Srbije organizovali su i međunarodni volonterski kamp. „Te radne akcije, stranci koji su se odjednom stvorili tu da pomognu, umetnici koji su oslikavali fasadu... Sve je to bilo vrlo uzbudljivo za Kruševac, u kom se retko šta dešava. A takve zajednice kao da čekaju da se nešto pokrene, pa da se cele probude”, sećaju se Fakiri i svedoče upravo

o tome da su ovakve organizacije najbolji pokretači lokalnih promena. Iako zajednica nije razumela principe samoorganizovanja na kojima je Gnezdo zasnovano, niti sam koncept, podrške ipak nije manjkalo. To je, ujedno, i jedna od lekcija koju su odmah naučili: „Ako veruju da imate



dobre namere i da radite nešto za opšte dobro, ljudi će vam prilaziti iako ne znaju čemu tačno prilaze. A jednom kada ste na istoj strani, možete zajedno da osmislite pravila od nule.“

Nakon što je Gnezdo organizovalo više zimskih koncerata pod jaknama i kapama, a potom i zatvorilo vrata u najhladnijim mesecima, postalo je jasno da će morati da prikupi sredstva za uvođenje grejanja. Upravo to je bio projekat kojim su Fakiri aplicirali za Akademiju održivosti. Najpre su probali da priđu lokalnim preduzetnicima i zatraže pomoć od njih, no pošto nisu naišli na razumevanje, niti na naročit odziv, odlučili su da počnu ispočetka i ovog puta budu verniji sebi. „U fandrejzingu ne morate pratiti šablone, ali morate pratiti sebe. Ne odgovaraju svima svi tipovi pristupa. Ne treba na silu, niti slepo sprovoditi pravila. Naprotiv, mnogo je važnije poći od toga šta ti jesi, šta umeš, šta donosiš zajednici i podići to na nivo kampanje“, ističe Kaća Dimitrijević, jedna od osnivača organizacije.

U slučaju Fakira sa juga, to je značilo okrenuti se umetnosti i naoružati se humorom. Najpre su napravili velike majmune od plastičnih kesa, smestili ih na krošnje drveća oko Gnezda i pozvali na doniranje za očuvanje te retke vrste „bivoljskog majmuna“. Potom su snimili film o dva labuda koji, ploveći niz Rasinu, svoj dom nalaze u Gnezdu i poručuju da nisu sve ptice – ptice selice, koje odlete u toplije krajeve kad dođe zima, već da ima i onih vrsta koje moraju naći načina da ugrelu jedino gnezdo koje imaju. Ipak, glavni adut su im bile žurke i koncerti, na kojima su prodajom pića uspeli da prikupe veći deo potrebnih sredstava. Da bi dodatno motivisali na doniranje, osmislili su i nagrade: tako su pojedini donatori u znak zahvalnosti osvojili hvatače snova i dizajnirane majice, oni ekscentričniji su dobili titule počasnih mecena centra, a najvelikodušniji svoje ime na ležaljka i time simboličnu garanciju da ih njihovo mesto u Gnezdu uvek čeka. Sadržaj za društvene mreže, umetničke instalacije, događaji, koncerti, nagrade, pa i sama kutija za donacije izrađena u obliku makete zgrade: svaki detalj ove kampanje iskakao je iz šablona i prenosio vrcav i razigran duh alternativnog kulturnog centra i Fakira sa juga. I, kada ih pitate, kažu da upravo u humoru leži tajna uspešnog fandrejzinga. „Kada se hvatate u koštac sa nekim većim, društvenim problemima, normalno je da se osetite malo i bespomoćno, ali nemojte upasti u ulogu žrtve. Mi nismo tugovali i jadikovali zato što nemamo prostor, već smo osmislili pozitivnu,

duhovitu kampanju, jer verujemo da je važno ljudima ponovo uliti nadu. Optimizam čini da ljudi ostanu uz vas i nakon što se neki problem reši.“

Kada se podvuče crta, ovaj pristup fandrejzingu Fakirima je doneo mnogo više od prvobitnog cilja da osiguraju grejanje. Doneo im je, kako kažu, zajednicu: „U velikim gradovima ima manjka prostora i viška ljudi, dok u manjim mestima ima viška prostora i manjka ljudi. U Kruševcu nema puno stvaralaca i entuzijasta i, ako zaista želite da ih okupite pod jednim krovom, morate da osvojite svakog ponaosob. Nama se fandrejzing pokazao kao način da se ljudi uključe, jer prirodno osećate da su deo neke priče čim je podrže novcem ili volontiranjem. U tom smislu, svaki iznos je znak da imate novog partnera i saborca.“

Ako nas nečemu uči iskustvo Fakira sa juga, to je da u fandrejzingu nema univerzalnih recepata i ključeva koji otvaraju sve brave. Pravila su tu da ih čujete, naučite i potom – prilagodite sebi. Jer, ne morate pratiti šablone, ali morate pratiti sebe.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Odaberite konkretan cilj.** Ljudi će radije podržati konkretnu akciju, nego uopšteno rad udruženja.
- 2. Budite maštoviti i igrajte se u kampanji.** Kreativnost i humor će razoružati i osvojiti i najveće namćore.
- 3. Prijatelji, pristalice i volonteri su najvažniji.** To je jezgro iz kojeg se širi kampanja.

“Ljudi mogu”

Fondacija za mlade Obrenovca

Te 2014. godine čitav Balkan pogodile su poplave, a sa njima je stiglo i ono što je delovalo kao humanitarna katastrofa nesagledivih razmera. Obrenovac, grad u kome je u tim nedeljama životno ugroženo i evakuisano čak 25.000 stanovnika, oduvek je bio i grad u kom su se ljudi brinuli o zajednici. Jedna grupa entuzijasta videla je da će, u moru pomoći koja je pristizala za obnavljanje kuća i infrastrukture, potrebe dece i mladih ostati skrajnute i nevidljive. Pod geslom „*Ko ako ne mi i kad ako ne sad*” nastala je Fondacija za mlade Obrenovca. Za sebe vole da kažu da su krenuli korak po korak, ali ne i od nule, budući da su iza sebe imali godine i godine iskustva aktivizma i poverenje, kako zajednice, tako i drugih organizacija širom Srbije. Za razliku od onoga sa čim se obično suočavaju neprofitne organizacije na početku, Fondacija za mlade Obrenovca nije morala odmah da se bavi prikupljanjem sredstava: „*Pravi izazov za nas nije bio kako doći do sredstava, već kako najbolje raspodeliti ono što pristiže. Zbog urgentnosti situacije u kojoj se Obrenovac našao, sredstva su dolazila sama, a okolnosti su bile takve da su neki donatori smatrali da je efikasnije da svoj novac usmere direktno aktivistima i organizacijama na terenu. Naša organizacija je tad već bila prepoznata kao neko kome se može verovati.*” - seća se Duško Krstić, jedan od osnivača Fondacije.

Kada su zajedničkim naporom organizacija, države, privrednika i pojedinaca, najkrupnije posledice krize sanirane, Fondacija se našla pred važnim pitanjem: da li su time ispunili svoju misiju ili posle krize ostaje potreba da budu krila inicijativama ovoga kraja? Odgovor, naravno, nije bio težak. Već sledeće, 2015. godine napravili su Društveni centar, zamišljen kao zajednički prostor u kom bi deca i mladi mogli da provode vreme, uče, razvijaju se i druže. Samo godinu nakon toga počeli su da i sami finansijski podržavaju inicijative neformalnih grupa i organizacija

u svom kraju. Ipak, možda zato što ih je put nosio na druge strane, prikupljanje sredstava je za njih dugo bio „neprijatan” deo posla, onaj koji im dolazi najmanje prirodno. Led su konačno probili sa prvom fandrejzing kampanjom za renoviranje fasade škole u Velikom Polju, sa kojom su se 2018. prijavili za program Akademija održivosti. Ideja za projekat nametnula se u javnom konkursu na društvenim mrežama, tokom kojeg je javnost predlagala i glasala za objekte koji zavređuju renoviranje. Iako škola nije na kraju bila izabrana, velika podrška koju je ideja dobila nije promakla pažljivom oku ljudi iz Fondacije, po rečima Jelene Ivković, sadašnje direktorke organizacije: „*Seoske škole često izgledaju oronulo, zapušteno, sa neadekvatnim uslovima, bez igrališta u dvorištima. Pohađa ih mali broj đaka i zato se u njih ne ulaže i ovi problemi se rešavaju kasno. Zato je za nas ova škola bila važna. Jer, bez obzira na broj đaka, na to da li je u gradu ili na selu, svako dete zaslužuje jednake uslove. Svako dete zaslužuje bezbedno i zdravo okruženje u kojem će da raste.*”

Sve dobro nastaje iz ljudske potrebe da se udruži.

Preko Saveta mesne zajednice, uspeali su da stupe u kontakt sa nekoliko „jačih” privrednih subjekata, koji su bili radi da podrže projekat budući da su i sami bili učenici te škole. Osim toga, tvrde da je njihova kampanja bila terenska: „*Najviše su nam pomogli meštani. Oni imaju mnogo bolji uvid u prilike u selu, a i kompanije imaju puno poverenja u njih, tako da su nam mnoge donacije došle upravo tako. Ne posmatrajte zajednicu samo kao potencijalnog donatora, već i dobrog glasnika, ambasadora, savetnika i pomoćnika.*” Osim toga, poziv preko društvenih mreža, televizije i novina

doneo im je donacije u građevinskom materijalu, ali i podršku ljudi širom Srbije i sveta, koji su ih se setili iz perioda poplava ili čiji su životi lično povezani sa školom. U zavidno kratkom roku uspeali su da premaše potrebnu sumu i na kraju, pored fasade, dodatno srede i enterijer škole. Posebnu simboliku nosi i činjenica da je radna akcija obnove mobilisala neverovatan broj volontera i meštana. Naime, škola je prvobitno i izgrađena zahvaljujući dobrovoljnim priložima meštana i udruženom akcijom, te je ekipa Fondacije s ponosom mogla reći da su ti temelji dobročinstva i solidarnosti ipak očuvani do danas.

O tome koliko se fandrejzing iz ugla jedne fondacije razlikuje u odnosu na iskustva organizacija i udruženja građana, Duško kaže: „Dugo fondacije nisu bile prepoznate kao neko kome treba donirati, pogotovo zato što one dalje prosleđuju te donacije udruženjima. Osim toga, uvek je lakše prikupiti novac za konkretan cilj. Ipak, poslednjih godina se ta percepcija menja i čini se da ljudi shvataju dugoročni značaj toga da jedan kraj ima svoj fond.“ Ipak, posle toliko programa i poduhvata koje su sproveli i podržali, posle Društvenog centra, Omladinskog fonda, Komšijskih inicijativa i mnogih drugih, kažu da cilj nikad i nije bio samo u neposrednim rezultatima koje su postigli. Promena koju oni čine, nije samo promena u spoljašnjosti škole, infrastrukture, komšiluka ili igrališta. Promena koju oni stvaraju je promena u ljudima. „Fandrejzingom negujete osećaj vlasništva. Kada podržite formalne i neformalne grupe, kada prepoznate grupu komšija ili grupu drugara koji imaju želju da učine svoj kraj boljim, kada ih motivišete i pomognete im, vi delom i oblikujete zajednicu i ujedno hrabrite te ljude da iskorače i uzmu konce u svoje ruke. Kada ti nevidljivi, 'mali' ljudi postanu vidljiviji, onda svi zajedno postajemo primer. Primer da - ako mi to možemo, ako šačica običnih ljudi iz komšiluka može nešto da postigne - onda to mogu i drugi. Onda - ljudi mogu.“

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Promene koje priželjkujete ne dolaze preko noći.** Najveće postignuće je da istrajete; onda se kroz taj dugoročni proces koji ste pokrenuli trajno jačaju vrednosti zajednice.
- 2. Cilj za koji prikupljate ne mora da bude veliki.** Ako je to svrha koja je važna vašoj organizaciji, i ako iza toga stoji stvarna podrška zajednice, čak i najmanje stvari doneće mnogo više.
- 3. Razmislite ko su potencijalni donatori za vašu inicijativu.** Istražite više o njima, kako do njih možete doći i koji pristup bi oni najviše cenili.



“Mi smo Betmeni”

K-Town Grupa, Kosjerić

Da umetnost ima moć, ne samo da promeni svet, već i lokalne zajednice, svedoči i K-Town Grupa iz Kosjerića. Ovo udruženje, nastalo je 1996. godine, s ciljem da pokrene svoje okruženje upravo kroz kulturu i umetnost. Da je reč o nekom drugom mestu od svega par hiljada stanovnika, možda ova ideja ne bi imala publiku, no u Kosjeriću ona živi u punom zamahu već 25 godina. „Ne zovu uzalud Kosjerić srpskim Sijetlom“, kroz smeh kaže Janko Belić, jedan od osnivača K-town Grupe, i dodaje: „Ova sredina jeste mala, ali nije učmala. Kosjerić ima muzičku scenu sa pregršt alternativnih bendova i mnogo mladih, kreativnih ljudi punih entuzijazma i željnih događaja.“

Jedan takav događaj, koji ovo udruženje organizuje već blizu dvadeset godina, jeste Internacionalni umetnički kamp. Svake godine, tokom dvadeset dana avgusta, preko trideset mladih iz regiona, Evrope i celog sveta, odseda kod lokalnih porodica i, zajedno sa mladim Kosjercima, stvara muziku, poeziju, murale, slike, pozorišne predstave, filmska ostvarenja i sve ostalo što im padne na pamet. Tako se upravo tu, 146 kilometara jugozapadno od Beograda, susreću najrazličitije kulture koje, pak, dele istu ljubav prema umetnosti i kreativnosti. Kamp se dosad najčešće finansirao preko konkursa opštine i drugih fondova, no neretko je zahtevao i dodatna sredstva. Tako je bilo i te 2018. godine, kada su rešili da podršku za organizovanje umetničkog kampa, kao i osam koncerata tokom Muzičkog leta, potraže pre svega u svojoj zajednici.

„Kamp ostavi traga u životu svakog ko kroz njega prođe. Tokom tih dvadeset dana učesnici se sprijatelje, rodi se ljubav, povežu se sa Kosjerićem i još dugo pošto se sve završi, osećaju zahvalnost na celom iskustvu. Ta povezanost ponekad bude toliko snažna da je jedna devojka čak pisala i master rad na tu temu. Zato nismo imali nedoumicu odakle početi sa kampanjom: prvo

smo se okrenuli upravo bivšim učesnicima kampa, jer smo znali da će želeti da i drugi dožive isto što i oni.“ – seća se Janko. I zaista, direktno i iskreno obraćanje nekadašnjim kamperima, urodilo je plodom i potvrdilo da je uvek najbolje krenuti od prvog kruga ljudi koji su najneposrednije iskusili značaj udruženja. Nakon osvojene prve baze, usledilo je animiranje šireg kruga pojedinaca i preduzeća iz okruge. Pričali su sa meštanima, pisali mejlove, sastajali se sa preduzetnicima, delili letke, lepili postere, tragali za novim kontaktima i uspeali da prikupe ostatak sume. I to, kako će se pokazati, mahom od onih koji su rođeni u Kosjeriću, ali žive i rade negde drugde: „Ponekad lokalpatriotizam nastavi da živi i kad se odselite. Veliki broj mladih je otišao odavde i rasuo se po dijaspori u potrazi za obrazovanjem i poslom, no većina oseća potrebu da nešto vrati svom kraju. Mi dugo radimo i mnogi od njih se sećaju koncerata, radionica, najrazličitijih akcija koje smo organizovali i veruju nam da želimo da održimo Kosjerić. Time što nas podržavaju, osećaju da će njihov grad, na neki način, biti dobro.“

Fandrejzing se uči vremenom. Svaki naredni put je bolji, jer čak i kad nemate uspeha – imate lekcije i nove ideje.

Istina, fandrejzing tehnike koje je K-town Grupa koristila deluju lako i jednostavno, ali samo na prvi pogled. Zapravo su psihički i fizički vrlo zahtevne, budući da je reč o poslu koji traži angažovanje više ljudi i dobar deo svakog dana. „Iza svakog ‘pitali smo’ stoji ‘napravili smo plan, istražili zajednicu, pronašli kontakte, osmislili pristup, pisali mejl, zvali, pisali ponovo, omogućili laku uplatu, zahvalili se’ i još mnogo toga između. Puno

je tu posla, a mi smo kao Betmeni, preko dana radimo svoje redovne poslove, a noću radimo za udruženje. Treba biti spreman na to da nije lako, ali da je, naravno, vredno truda.“ – ističe Janko.

Ono što svakako olakšava ovaj proces, a čemu se grupa sve više okreće, jeste digitalizacija i automatizacija donacija. Ubrzo nakon što su u okviru programa Akademije održivosti prikupili sredstva za kamp i Muzičko leto, započeli su prikupljanje za Alternativni kulturni centar, svojevrsno sedište svih udruženja, aktivista i entuzijasta Kosjerića. U toj kampanji okrenuli su se platformama Donacije.rs i Global Giving, što se za njih pokazalo značajno efikasnije. O tome Janko kaže: „Sve više tragamo za načinima da automatizujemo fandrejzing procese, a da se opet ne izgubi taj ljudski kontakt. Tako smo shvatili da je ljudima lakše da doniraju jednim klikom na dugme, nego da čitaju duge mejlove i popunjavaju uplatnice, a ujedno i mi ne rasipamo kapacitete na više strana. Pored toga, ideja je da se Alternativni centar održava trajnim nalogima: donatori sami biraju koliku sumu mogu mesečno izdvojiti, ona se automatski skida, a nama to predstavlja siguran priliv i stabilnost. Razmišljamo i o socijalnom preduzetništvu, kao načinu da uposlimo nekog ugroženog i ujedno ostvarimo još jedan, makar i mali, stalni izvor prihoda. Imamo puno ideja kako da unapredimo prikupljanje sredstava.“

I zaista, fandrejzing tehnika i puteva ima barem onoliko koliko ima udruženja, ali je u osnovi svakog, pa i najsavremenijeg, od njih – istrajnost. Zato treba reći da savremeni Betmeni već uveliko ne lete nad gradom, već su iz dana u dan dole, na ulicama i među građanima, gde neumorno stvaraju bolje društvo.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Posle prvih rezultata, sve ide lakše.** Bitno je da donatori uvide za šta su donirali, i onda će vam opet pomoći.
- 2. Po jutru se dan poznaje.** Ako vam se u startu pridruži puno ljudi, ostali će to videti kao signal da je inicijativa vredna podrške i priključiće se. Zato počnite od prijatelja, korisnika, volontera i partnerskih udruženja.
- 3. Ne plašite se da koristite tehnologiju.** Društvene mreže i fandrejzing platforme mogu olakšati proces doniranja i vama i donatorima.



“Širi dalje”

Odbor za ljudska prava, Vranje

Teška vremena rađaju borbene ljude, kaže jedna izreka, a to potvrđuje i Odbor za ljudska prava u Vranju. U doba najveće režimske opresije i policijske brutalnosti 1990-ih, grupa ljudi stala je u zaštitu ljudskih prava na slobodu govora, izveštavanja i mišljenja. Počeli su iz dnevne sobe i tek 2000. godine uspeli da obezbede prostor iz kog će pružati besplatnu pravnu pomoć građanima čija su prava prekršena. Međutim, sve veći broj poziva i molbi koje su primali dolazio je od žena koje su pretrpele nasilje u porodici. To je bila crvena zastavica, koja je podstakla grupu žena iz Odbora da 2002. godine uspostavi SOS telefon za žene žrtve nasilja iz celog Pčinjskog okruga. Od tada do danas telefon nije prestao da radi ni jednog jedinog dana. „*Godinama smo se finansirali projektno. Kad se projekat ugasi ili nema novih konkursa, mi volontiramo, spajamo kraj s krajem, snalazimo se i dovijamo. Do danas nismo ni dinar dobile od države, okruga ili opštine. Nekad ne znam ni kako smo uspele, verovatno od danas do sutra, misleći – hajde još ovo da izguramo, pa će biti lakše*“, ipak kroz osmeh kaže Suzana Ristić, jedna od osnivačica organizacije. Nažalost, postajalo je sve teže. Istanbulska konvencija o sprečavanju i borbi protiv nasilja u porodici, potpisana 2011. godine, zahtevala je da sve civilne usluge po ovom pitanju ispune iste uslove u procesu državne akreditacije. Neki od uslova, poput onog da lica koja se javljaju na SOS telefon moraju imati visokostručnu spremu, superviziju kvaliteta rada, prijavu na pun radni odnos i dodatno plaćeni noćni rad, za Odbor su značile samo jedno: drastično povećanje troškova rada i samim tim, nažalost, smanjeno radno vreme. O tom svojevrsnom porazu društva Suzana kaže: „*Kako li će žena da pogodi da bude u nevolji baš od 12 do 16 časova? Tako kratko radno vreme govori o brizi države, lokalnih vlasti i društva o tim ženama. Ono govori o patrijarhatu, o birokratiji koja je važnija od empatije, o odnosu*

ljudi na pozicijama moći prema socijalnim pitanjima i unapređenju položaja žena, o tome da je rodna ravnopravnost i dalje samo bižuterija u planovima, a ništa na delu.“

Mi smo uporne, tražimo sastanke, pravimo buku i to činimo toliko dugo da ne mogu baš da nas ignorišu.

Nasuprot tome, odlučne žene Odbora čvrsto su verovala da SOS telefon, kao i svaka usluga, mora biti dostupna non-stop. A da bi to bilo moguće, bila im je neophodna podrška zajednice jer, kako Suzana dodaje: „*SOS telefon nije da ga staviš pod mišku i nosiš kući. Nije on moj, nije njen, on je veći od svih nas. A mi se borimo da ljudi shvate da je to nešto što je potrebno svima nama.*“ U toj misiji, Akademija održivosti došla je u pravi čas. Pre nje, povremene ulične akcije, donatorske kutije na konferencijama, kao i saradnja sa cvećarama povodom Dana žena ostavili su ih bez većeg uspeha, ali sa žarkom željom da nauče veštinu prikupljanja sredstava u zajednici. Za početak, odlučile su da se za pomoć u kontinuiranom pružanju usluga SOS telefona obrate lokalnim privrednicima.

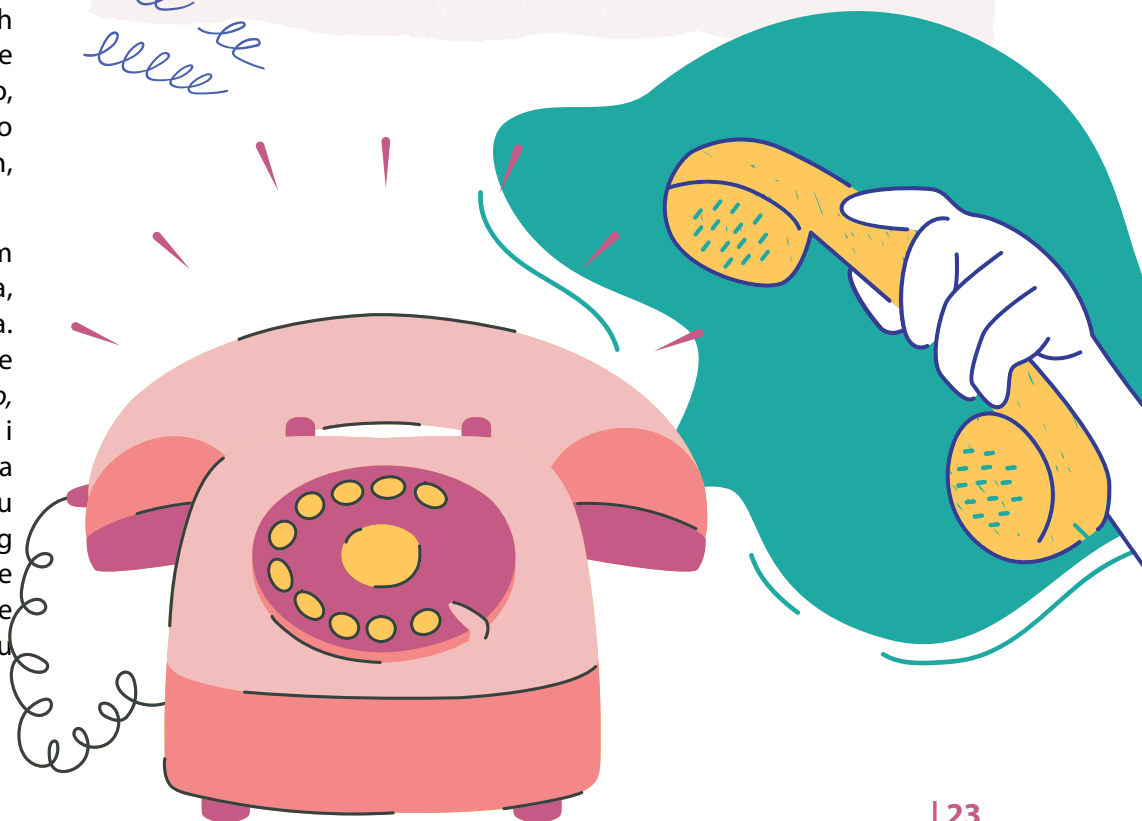
„*U početku smo na sastanke išle rešene da kažemo sve kako jeste, da obznanim koliko se o porodičnom nasilju ćuti, koliko je žrtava, koliko je mrtvih. Međutim, uz takav pristup, naišle smo samo na grube reakcije, na strah, na odbojnost, na otpor. Ovakav pristup samo nam je zatvarao vrata. Nije budio empatiju, naprotiv, dizao je zidove*“, kaže Suzana. Mnogo sastanaka sa privrednicima završilo se i pre nego što je počelo. Mnogo

njih okončalo se odbijanjem ili optužbama, a poneki čak i u suzama. Iako je bilo emotivno iscrpljujuće, znale su da moraju da nastave sa borbom, ali da moraju promeniti sredstva. Uskoro su se ponovo obratile privrednicima, ovog puta sa pozivom za podršku programu namenjenom ženama i devojkama, koji bi obuhvatio različite radionice i usluge, među kojima je i SOS telefon. Ovim umekšanim pristupom uspele su da polako odškrinu vrata i otope led u nekoliko preduzeća u Vranju i okruhu. Ipak, glavni preokret desio se kada su izašle iz okvira svog kraja i raširile glas daleko, do Beograda, Niša, Novog Sada i drugih gradova. „Okrenule smo se prijateljima, pa prijateljima prijatelja. Zvale smo bivše kolege, volontere, pa i samo poznanike, raspitivale se ko ima nekog u nekoj firmi, tragale za Vranjancima koji rade u drugim gradovima. Nisu to lično neka velika prijateljstva, ali su mnogi želeli da pomognu. Čim smo promenile našu priču, izašle iz Vranja i pokrenule tu silovitu mrežu naših ljudi, prikupile smo novac za manje od mesec dana.“ Neki prijatelji davali su im direktne donacije, uz reči poput: „Konačno imam priliku da ja vama pomognem“. Drugi su ih povezali sa nekim ko im može pomoći. Treći su im obezbedili donacije preko kompanija u kojima su radili, a četvrti doprineli, jednostavno, širenjem dobrog glasa o onome što rade. Ali svaka pružena ruka, bilo da je držala novac, vizit-kartu ili je bila samo drugarski otvoren dlan, pokazala je koliko su veze među nama jake i šta sve mogu.

Odbor je uspeo da radno vreme SOS telefona produži na 24 sata tokom 2019. i 2020. godine. Nažalost, kako su se sredstva vremenom iscrpela, od januara 2021. bile su prinuđene da ponovo skrate rad na četiri sata. Ovog puta, tu odluku su donele s nadom da će ponovo uspeti da prikupe sredstva za celodnevno radno vreme. „Dobro je što smo prošle kroz sve to, kroz odbijanja i borbu, jer smo ojačale“, zaključuju one. Ujedno su ojačale i mrežu saveznika. A u društvu u kom malo kompanija želi da se poveže sa temom nasilja u porodici, u kom se organizacije za zaštitu žena optužuju za povećanje broja razvoda, u kom je dobijanje opštinskog ili regionalnog finansiranja poput „uspona na Himalaje“, kako kaže Suzana, pokazuje se da su jedino u šta se možemo pouzdati drugi ljudi. I da je, stoga, važnije nego išta da vest o nečemu dobrom, a ponajviše nečemu dobrom u nevolji, zajedno raširimo što dalje.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Ne misle svi isto što i vi, ali sa svakim možete naći zajednički jezik.** Formulшите poruke i pozive tako da ljudi razumeju njihov značaj i dožive vas kao saveznike, ne kao neprijatelje.
- 2. Poznanstva su ključna.** Svako koga znate može vam doneti podršku na jedan ili drugi način.
- 3. Uložite vreme i zadužite ljude.** Fandrejzing je naporan, ogroman posao i zahteva da se mu više ljudi svakodnevno posvete neko vreme.



“Kad je bal - nek je bal”

Okular, Čičevac

„Ako radite iz srca, uspećete, čak i ako ceo svet kaže da ste ludi!” – kroz smeh započinje priču Aleksandra Milutinović iz organizacije Okular. Te 2015. godine, možda je zaista bila ludost zamisliti udruženje koje će okupiti preko 500 mladih ljudi jednog kraja, raširiti ideju inkluzivnosti i snažno podstaći aktivizam dece i mladih. Uprkos tome što su počeci bili skromni, a projekti malobrojni, svaki poduhvat Okulara dobio je veliki publicitet. Proslava Dana ljudskih prava, igre bez granica pod nazivom „Sport za sve”, kao i prvo inkluzivno igralište u Srbiji odjeknuli su toliko da, kažu, te 2018. godine nije bilo osobe u kraju koja nije makar čula za ovo udruženje.

Kako je organizacija polako rasla, javila se potreba za sopstvenim prostorom. Želeli su da on bude više od kancelarije: da bude mesto gde će programi zaživeti, gde će se volonteri i deca družiti i dogovarati. Tako je rođena ideja o Inkluzivnoj kući za decu. Kao rezultat strastvenog zagovaranja, 2019. godine uspevaju da na korišćenje dobiju lokal u centru Čičevca, koji je trebalo renovirati i opremiti. U pravi čas prijavljuju se za Akademiju održivosti Trag fondacije i danas tvrde: „*Da oni nisu raspisali taj poziv i da mi nismo konkurisali, nikad nam sve to u životu ne bi palo na pamet. To je bio i ostao jedan od najkorisnijih treninga na kom smo u životu bili.*”

Sredstva su počeli da prikupljaju prodajom dečjih rukotvorina, za koje su prolaznici mogli da daju donaciju po izboru. O tim uličnim akcijama kažu: „*Tu smo naučili da prevaziđemo strah od odbijanja. Pored vas će proći mnogo onih koji nisu zainteresovani da pomognu. Ali ako nikad ne pitate za pomoć, proći će i osoba koja jeste zainteresovana i koja bi vam se možda pridružila. Ili će možda neko proći četiri puta, ali će vas tek peti put stvarno*

čuti. Zbog svega toga zaista вреди istrajati.” I jesu istrajali: postavljali su štand gde god su stigli, nudili su proizvode poznanicima, prodavali ih od lokala do lokala, pa čak odlučili i da se oprobaju u Vrnjačkoj Banji. Veće mesto delovalo im je kao veća prilika, no ubrzo se ispostavilo da su čak i tamo donirali samo oni koji su već pratili njihov rad. Tada su potvrdili lekciju sa Akademije – *Ko te zna, taj ti daje!* - i čvrsto rešili da se vrate i pronađu nov način da se povežu sa svojom zajednicom. Više nisu imali luksuz da vreme i snagu troše na sitne akcije. U pitanju je moralo da bude nešto veliko, ideja toliko suluda da ne može da ne uspe. Prvi bal u istoriji Čičevca!

Zvuči kao kliše, ali je tako: ne odustajte i uvek ćete naći podršku. Budite uporni i učinite da bude nemoguće da vas ignorišu.

Da je to bila obična žurka ili svirka, zamisao ne bi bila ni upola toliko uspešna. Jedino je ideja bala bila toliko hrabra, veličanstvena i nečuvana za ovo malo mesto od deset hiljada stanovnika da jednostavno niko nije želeo da ga propusti. I zaista, te večeri, u maju 2019. godine, na dobrotvorni bal u novootvoreni, u poslednji čas dekorisani, hotel stigli su od glave do pete doterani svi uticajni lokalci, uspešni preduzetnici i predstavnici kompanija iz Čičevca i okruća. Jedne su pozvali lično, do drugih su došli primenom tehnike „neko zna nekog ko zna nekog”, a treći su se pozvali sami. Kako bi prikupili što više sredstava, ništa nisu prepustili slučaju. Deo donacija dobili su prodajom ulaznica, ali su osmislili i druge aktivnosti za donatore, od kojih je jedna ipak „ukrala

llll ll
lllll

šou". Reč je o javnoj licitaciji tokom koje je svaki gost mogao da „kupi“ simbolične cigle, pločice, prozore i crepove budućih prostorija Okulara. Već od prve cigle, donatori su se nadmetali ko će dati više, čiji će biti stubovi, ko će potpisati vrata, a ko biti zaslužan za dimnjak. Svako parče ove simbolične Inkluzivne kuće, od temelja pa do krova, ubrzo je nosilo ime makar jednog donatora. „*Ta takmičarska crta zaista probudi u ljudima želju da se pokažu u najboljem svetlu. Još kada je za dobar cilj, nema greške.*“ – danas kažu o uspehu ove ideje. Pored toga, održali su i tihi licitaciju slikarskih radova dece i mladih, a sve umetnine je, na njihovo iznenađenje, na kraju otkupio sam hotel, čije zidove one i danas krase. Iznenadio ih je i predsednik susedne opštine Varvarin, koji je u danima pred bal prikupio donacije od svojih sugrađana, i doneo im pozamašnu svotu. Bal je trajao do sitnih sati, a dok su se gosti zabavljali i plesali kao nikada pre, fotograf je neumorno hvatao svaki trenutak, a na kraju večeri odlučio da donira sav prihod od prodatih fotografija. „*Naš savet je da na jednom mestu okupite što više ljudi koji vam mogu pomoći. Dajte im dobar povod koji neće želeći da propuste, poput bala. A onda, kada su svi tu, ne uzdajte se u puku sreću, već osmislite kako da se što više njih uključi u vaš cilj. U tome je cela tajna.*“ - dodaju iz udruženja.

Još dugo posle te noći, o balu u Čičevcu brujao je ceo kraj, a donacije su nastavile da pristižu. Ispostavilo se da je organizacija prikupila čak više novca od ljudi koji nisu bili na balu, ali su svejedno želeli da daju svoj doprinos, nego od samih gostiju. Kad su se sve konfete konačno slegle, a crta podvukla, Okular je uspeo da premaši zacrtanu cifru, zahvaljujući njoj opremi prostor, ali i nastavi da finansira svoje akcije. Bal se i danas pamti i prepričava, baš kao i lekcija da ako nameravate da promenite svet, pokrenete ljude i uradite nešto zaista veliko, ponekad ne smete pristati ni na šta manje od suludo hrabre ideje. Drugim rečima, kad je bal – nek je bal!



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Nije tačno da ne može.** U jednoj od najsiriromašnijih opština u Srbiji, mi smo sakupili veliku svotu novca. Ako smo mogli mi, može svako.
- 2. Svaka akcija doneće vam ili sredstva ili prijatelje, a oba poklona su vredna.** Tako su naše ulične akcije prikupile manje novca, ali su nam donele volontere i korisnike.
- 3. Uvek pitajte.** Ko ne pita, neće ništa dobiti. A strah od odbijanja ubrzo nestane.

llll ll
lllll



“Tri, dva, jedan – akcija!”

Satibara, Beograd

„Film i industrija su, po mom mišljenju, dva međusobno isključiva pojma. Umetnost ne bi trebalo da može da se naruči tek tako kao roba, niti da bude u rukama samo visokih produkcija. Mi smo grupa ljudi koja deli vrednosti, a ne industrijsku granu. Verujemo u slobodu izraza, i u to da pravo na vizuelni izraz imaju svi, a ponajviše oni slabo vidljivi.” – započinje priču Marija Rodić, jedna od osnivačica Satibare. Ovo udruženje građana nastalo je 2011. godine kada je nekoliko pozorišnih i filmskih umetnika i sociologa odlučilo da se za bolje društvo bori filmskom trakom. Prvih pet godina snimali su mahom autorske filmove, kako kažu, uz pomoć „štapa i kanapa“, a od 2016. godine pokreću svoj prvi projekat sa zajednicom – inkluzivni kino-klub „Moj krupni plan“. Ovaj program je omogućio tinejdžerima iz ugroženih grupa, poput onih bez roditeljskog staranja ili sa društvene margine, da kroz stvaranje sopstvenog kratkometražnog filma, zapravo promišljaju probleme zajednice, svoju ulogu u njoj, kao i sopstveni odnos prema odrastanju, toleranciji, budućnosti i svojim potencijalima. Program se uglavnom finansirao projektno, no, usled neizvesnosti fondova i konkursa, te 2018. godine odlučuju da se prijave za program Akademija održivosti i uplove u fandrejzing.

„Možda je bilo dovoljno da tokom Akademije ‘umočimo prst’, čisto da vidimo kako nam odgovara taj proces. Mi smo se odmah, takvi kakvi smo, međutim, bacili u vodu i zaronili glavom!” – kroz smeh kaže Marija. Na pitanje šta ih je koćilo da se ranije oprobaju u prikupljanju sredstava, kažu da su imali zadržku da traže za umetnost kada ima toliko urgentnijih pitanja. „Pitali smo se spadamo li mi u filantropie uopšte. Mislili smo da se filantropi nužno žrtvuju, a mi ipak mnogo uživamo u tom kreativnom delu, u druženju i stvaranju. Ali smo, kroz razgovor sa mladima sa kojima smo radili, shvatili koliko je to njima značilo, koliko ih je otvorilo, promenilo, koliko su sazreli

kroz naše radionice. Oni su nam pomogli da shvatimo koliko je rad sa decom i mladima od ogromnog značaja za društvo.” – ističe Marija.

Ovog puta sredstva su počeli da prikupljaju direktno od pojedinaca. Iako se ranije, kako priznaju, ne bi usudili da priđu i zatraže novac od nekog starog poznanika, bivšeg kolege, pa ni prijatelja, sada su se na to odvažili. Preokret u pristupu desio se kada su shvatili da je cilj za koji traže veći od njih samih: „Prevaziđete nelagodu kada shvatite da to nije ništa lično. Ne tražiš ti, traži kampanja. Ti si samo glasnik.” Pojedinačne donacije su im donele najveći deo potrebnih sredstava, ali su im tek događaji i žurke doneli veliku vidljivost. Ne čudi što je tako, budući da je svaki bio, u najmanju ruku, živopisan.

Borba sa vetrenjačama ume da bude naporna. I uvek na kraju kažete da je to poslednji put da ste se uhvatili tog posla. I uvek u njega uletite ponovo.

Prvi u nizu događaja bila je dobrotvorna večera, za koju su se poznate ličnosti iz sfere filma i pozorišta, inače dugogodišnji prijatelji udruženja, našle u ulozi kuvara. Pored hrane i pića, poznati su doneli i lične predmete iz sveta filma, poput otkucanog scenarija ili majice sa stampom iz kulnog jugoslovenskog filma, koji su se posle večere našli na dobrotvornoj aukciji. Došlo je mnogo, kako prijatelja i poznanika, tako i ljudi koji su se naprosto te večeri tu zadesili. Noć se završila glasnim karaokama i rođendanskom tortom za jednu devojčicu sa filmske radionice. „Nama je bilo bitno da i deca budu uključena u proces prikupljanja sredstava, što ne bi bilo moguće

da smo, recimo, pregovarali sa kompanijama. Ovako su klinci sve vreme bili deo borbe, brojali donacije i radovali se svakom pomaku.“ – dodaje Marija.

Njihov drugi događaj nije bio u planu, ali je, izgleda, bio „zapisan u zvezdama“. Naime, nakon što je dobrotvorna večera odjeknula u umetničkim krugovima, usledio je neočekivan poziv da se pojave na jednom dečjem sajmu i postave štand i donatorsku kutiju. Još dugo nakon sajma i cele kampanje, Satibara će dobijati pozive za podršku na osnovu toga što su svojim događajima šarmirali nekog negde, o čemu kažu: „Budite ono što jeste, uvek će se nekome to svideti.“

Usledilo je dobrotvorno veče u pozorištu Le Studio, a na repertoaru se našla predstava, koncert i otvorena svirka, a ubrzo potom, još jedno veče u popularnom gradskom kafiću. Tom prilikom organizovali su projekciju dokumentarnih filmova svog kolege, a potom i dobrotvornu tombolu, sa raznim kreativnim poklonima, od filmskih postera, do improvizovane, i u poslednji čas sprejom obojene figurice Zlatnog lava. Nakon silne zabave, goste je u dvorištu kafića dočekao performans igranica s vatrom. Može se reći da se kampanja završila onako kako je i počela: uspešno i vatreno. Iako im je kampanja donela potrebna sredstva i omogućila održavanje inkluzivnog kino-kluba, Marija ističe da ih je kroz ceo proces vodila spontanost: „Bilo nam je bitno da ti događaji budu bliski i nama i ljudima koje poznajemo. Nismo mogli da pravimo svečanu večeru sa leptir mašnjama, kad niti smo mi ti ljudi, niti imamo takve ljude u svom okruženju. Možda nije dobro da uvek radiš samo ono što ide uz tebe i nikad ne izađeš iz zone komfora, ali je iz našeg iskustva najbolje u nešto novo i nepoznato, poput fandrejzinga, ući preko nečeg poznatog i lakog.“ Istina, nije svaki detalj događaja bio unapred strateški isplaniran, često ih je, jednostavno, povukao iznenadni nalet kreativnosti ili neka naprasna, neobična ideja. Zato, kažu, da se vrate u to vreme, trudili bi se da se fokusiraju na svedeniji sadržaj i da ne pretrpavaju događaje brojnim akcijama. Ipak, shodno svojoj prirodi, ne mogu da garantuju da bi u tome i uspeali.

Ako bi fandrejzing bio film, barem na osnovu njihovog iskustva, kažu da bi to verovatno bila žestoka akcija sa elementima trilera, puna neizvesnih scena i neočekivanih obrta, ali sa srećnim krajem. Film, čije bi snimanje bilo iscrpljujuće i izazovno, ali ipak ono koje vas tera da svakog dana jedva čekate da čujete pad klapne i reč – *akcija!*



SAVETI IZ PRVE RUKE:

1. Ako prvi put prikupljate sredstva, počnite od poznatog.

Ne jurite odmah ogromne multinacionalne kompanije ili strane donatore, okrenite se prijateljima i poznatim okvirima, jer će vas oni najbolje ohrabriti da nastavite.

2. Fandrejzing događaji su način da postanete vidljiviji.

Čak i ako ne donesu velike donacije, značiće vam na duže staze.

3. Trošite pametno svoje vreme i resurse za kampanju.

Ne rasplinjujte se, ne gubite se u detaljima, već uvek imajte nekoga ko će vam držati fokus na cilju.

UHVAĆENE BELEŠKE



Uvek pitajte.
Neće dobiti zasigurno samo
onaj koji nije pitao. Sve
drugo je moguće.

llll ll
lllll



**Ne morate pratiti šablone,
ali morate pratiti sebe.**
Postoji 1001 način da prikupite
sredstva, odaberite onaj
koji vam leži.

llll ll
lllll



Osmislite dobru strategiju.
Ali budite spremni da je
promenite i prilagodite
kada nešto iskrсне.

llll ll
lllll



**Cilj za koji prikupljate
ne mora da bude veliki.**
Ponekad i male inicijative
pokrenu velike stvari.

llll ll
lllll

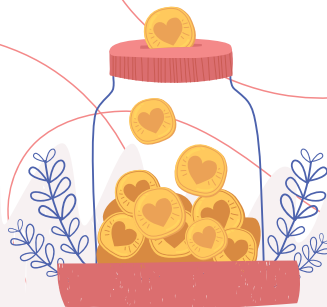


**Prijatelji, pristalice i
volonteri su najvažniji.**
To je jezgro iz kog se
širi kampanja.

llll ll
lllll



Ne plašite koristite tehnologiju.
Društvene mreže i fandrejzing platforme mogu olakšati ceo proces i vama i donatorima.



Ne potcenjujte značaj nenovčanih donacija.
Možda baš takva donacija donese najveći pomak.



Događaji su sjajan način da postanete vidljiviji.
Čak i ako ne donesu velike donacije, doneće vam publiku.



Stručnost uliva poverenje.
Onima koji vas ne poznaju lično, samo vaša stručnost signalizira da ćete donacije upotrebiti na pravi način.



Ne misle svi isto što i vi, ali sa svakim možete naći zajednički jezik.
Formulišite poruke i pozive tako da ljudi razumeju njihov značaj i dožive vas kao saveznike.





Izrada ove publikacije omogućena je uz finansijsku podršku Evropske unije i Balkanskog fonda za demokratiju, Nemačkog Maršalovog fonda Sjedinjenih Američkih Država. Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost Trag fondacije i ne odražava nužno stavove Evropske unije ni Balkanskog fonda za demokratiju.