

ZNAK DA MOŽE

Kako je 15 organizacija prikupilo
sredstva u svojim 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“, koji sprovodi SIGN mreža. Projekat finansira Evropska unija, a sufinansiraju Balkanski fond za demokratiju, Balkanska mreža za razvoj civilnog društva i Švedska agencija za međunarodnu razvojnu saradnju.

ZNAK DA MOŽE

**Kako je 15 organizacija prikupilo
sredstva u svojim zajednicama?**

Beograd 2021.

ZNAK DA MOŽE

Kako je 15 organizacija prikupilo sredstva u svojim zajednicama?

Izdavač

Trag fondacija (u ime SIGN mreže)

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

Marija Mitrović

Dizajn i grafička obrada

Frank the people

Slavica Čukanović

Bojana Čabreja

Štampa

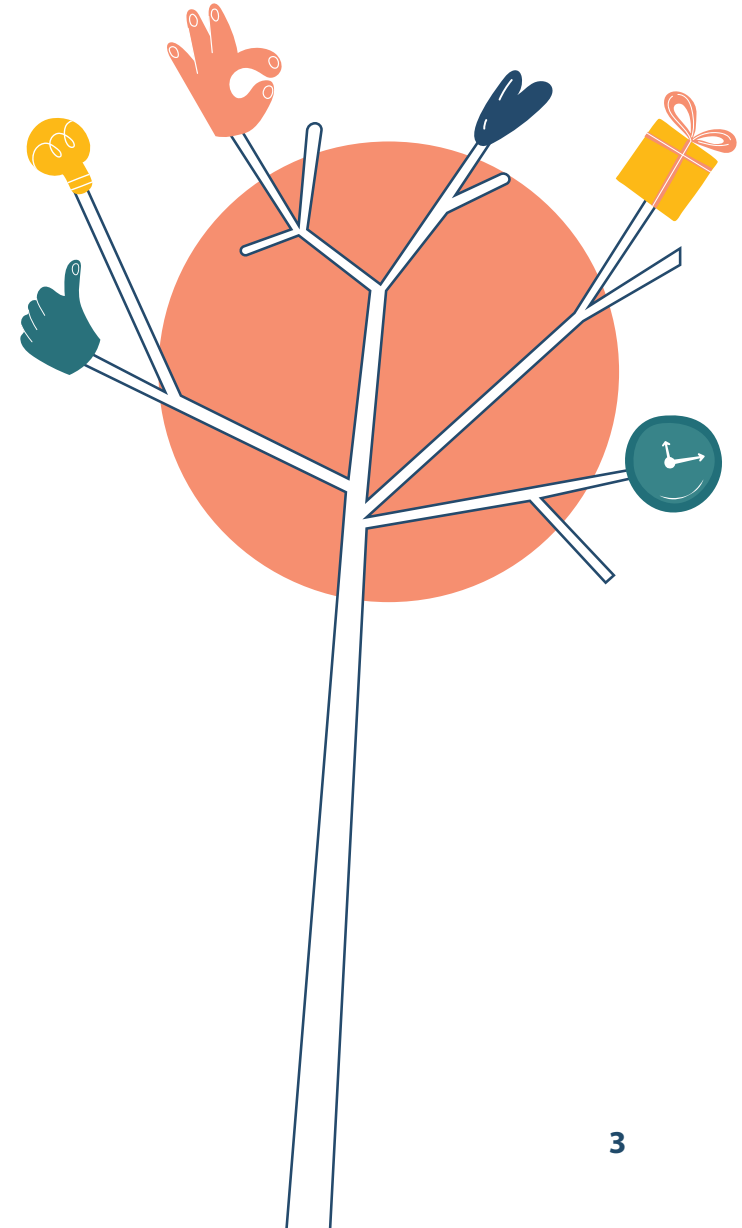
Digital Art, Beograd

Tiraž

150 primeraka

SADRŽAJ

Uvodna reč	5
Svaka akcija rađa reakciju (Crna Gora)	6
Pačvork jednog društva (Severna Makedonija)	8
Efekat grudve (Srbija)	10
Svi su pozvani (Crna Gora)	12
Knjige bez granica (Kosovo)	14
Bolje društvo preko veze (Bosna i Hercegovina)	16
Imati dobar plan (Kosovo)	18
Dok je nama nas (Bosna i Hercegovina)	20
Dobar zvuk daleko se čuje (Crna Gora)	22
Kad je bal, nek je bal (Srbija)	24
Filantropija se vežba (Severna Makedonija)	26
Čas praktične nastave (Kosovo)	28
Dug put od tri koraka (Bosna i Hercegovina)	30
Dobro urađen domaći (Severna Makedonija)	32
Počni tu gde si, s onim što imaš (Srbija)	34
Uhvaćene beleške	36





Uvodna reč

Ako ste čekali na nekakav znak kako biste se okrenuli zajednici i u njoj potražili podršku za ideje od opšteg značaja, ova zbirka priča je taj znak. Na njenim stranama, proputovaćete pet zemalja regiona, upoznati petnaest organizacija civilnog društva, nešto više strastvenih, neumornih i hrabrih aktivista, pročitati njihova iskustva u prikupljanju sredstava od pojedinaca i kompanija, a, nadamo se, pronaći i sebe u borbi za bolje društvo i održivost neprofitnih inicijativa. Priče ovih organizacija se razlikuju: uspeh jedne nije univerzalni recept, baš kao što ni njeni izazovi ne smeju odvratiti druge od sličnih poduhvata. Naprotiv, akteri su birani s namerom da pokažu kako do jednog istog cilja vodi onoliko puteva koliko je putnika. Ipak, ono što se provlači kao zajednička nit kroz sve priče jeste upornost da se na tim vijugavim, nepredvidivim, ponekad slabo prohodnim ili pak ne još utrtrim putevima, uprkos svemu, istraje. A istrajava se, kao i u životu, zahvaljujući podršci drugih. Zato je naročito važno skrenuti pažnju na one koji su tu podršku pružili.

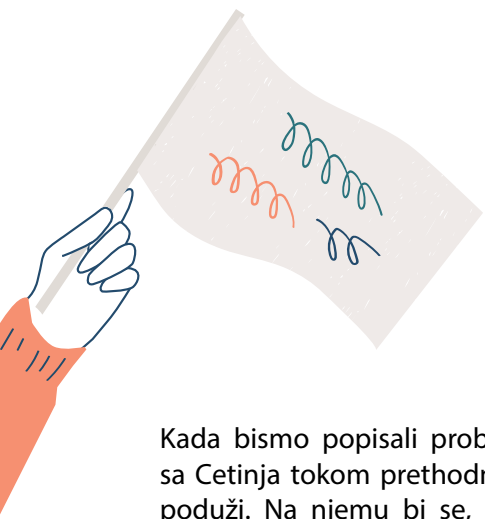
Najpre, svaka organizacija podržana je od strane članica Mreže nezavisnih fondacija u jugoistočnoj Evropi (SIGN), koju čine Trag fondacija iz Srbije, Fondacija Mozaik iz Bosne i Hercegovine, Fond za aktivno građanstvo – fAKT iz Crne Gore, Forum za građanske inicijative – FIQ sa Kosova, HORUS iz Severne Makedonije i Catalyst Balkans iz Srbije. Udruženim snagama, i uz podršku donatora poput Evropske unije, Balkanskog fonda za demokratiju, Balkanske mreže za razvoj civilnog društva i Švedske agencije za međunarodnu razvojnu saradnju, ova regionalna mreža već duže od jedne decenije podstiče jačanje filantropije, održivost lokalnih zajednica i razvoj civilnog društva uopšte.

Jedan od načina na koji SIGN mreža to iznova čini jeste i Akademija održivosti. Reč je o programu koji već godinama sprovodi pet navedenih članica mreže u svojim zemljama, uz tehničku podršku partnera Catalyst Balkans. Svaku od petnaest organizacija čitalac će zateći upravo u času

kada se susrela sa Akademijom, zbog čega je naročito važno unapred istaći da ona ima isti plan i program u svim zemljama. Organizacije se najpre prijavljuju svojim idejama za koje veruju da će, u najširem smislu, promeniti njihove zajednice nabolje. Prolaze obuke o procesu i tehnikama prikupljanja sredstava, a potom same osmišljavaju način na koji će, uz mentorsku i finansijsku podršku organizatora, doći do unapred određene sume novca. Nakon što tu zamisao sprovedu u delo i sumu prikupe, organizator im sredstva duplira i time olakšava realizaciju ideje. Po sprovedenim projektima, svi učesnici se ponovo okupljaju, ovog puta da razmene znanja i uče iz iskustava drugih. Cilj programa je da svaka organizacija sa Akademije izađe ne samo bogatija za još jedan realizovan projekat i neprocenjivo teoretsko i praktično znanje, već i da bude za korak bliža svojoj zajednici i ujedno nezavisnija po pitanju finansiranja. O tome koliko je ovaj jednostavan proces zapravo (tiho) revolucionaran svedoče i brojke. U proteklih 10 godina, kroz Akademiju održivosti prošlo je preko 100 organizacija civilnog društva iz 5 zemalja članica SIGN mreže, koje su u gotovo 70 lokalnih zajednica ukupno prikupile preko 350.000 evra od kompanija, istaknutih pojedinaca i građana, dok uticaj na razvoj lokalne filantropije ostaje nemerljivo veliki.

Konačno, osim što su ove priče nastale na krilima podrške mnogih, one su napisane u želji da podršku i pruže. Ukoliko podstaknu makar i jednu neprofitnu organizaciju iz regiona da se otisne na neizvestan, ali uzbudljiv i vredan put prikupljanja sredstava u zajednici, ona će ispuniti svoju svrhu. Zato je shvatite, kako joj i ime kaže, kao znak koji pokazuje da može.

Trag fondacija u ime SIGN mreže



“Svaka akcija rađa reakciju”

Aktivna zona, Cetinje (Crna Gora)

Kada bismo popisali probleme sa kojima se organizacija Aktivna zona sa Cetinja tokom prethodne decenije uhvatila u koštac, taj spisak bi bio poduži. Na njemu bi se, između ostalog, našlo zagovaranje aktivnijeg učešća građana u pitanjima lokalne politike, zaštita životne sredine, dostupnost grada osobama sa invaliditetom, poboljšanje zdravstvenih usluga, izgradnja infrastrukture, neformalno obrazovanje mladih i promocija volonterizma. „Nažalost ili na sreću, mnogo je načina na koji se zajednica može poboljšati, zato se nikad nismo ograničavali na jednu sferu.” – objašnjava Miloš Marković, izvršni direktor i jedan od osnivača Aktivne zone. Ipak, kako je tolika svestranost zahtevala sa druge strane jedno čvrsto uporište, vrlo brzo po osnivanju dali su se u potragu za sopstvenim prostorom. On je zamišljen kao baza same organizacije, ali i kao centar društvenog života i aktivizma, u kom bi se građani okupljali, razgovarali, razmenjivali znanja, ali i pokretali inicijative od značaja za Cetinje.

U traganju za prostorijama budućeg Društvenog centra, ekipa udruženja je još 2012. godine naišla na napuštenu fabriku obuće „Košuta”. Uprkos svem kršu i lomu, videli su veliki potencijal. Prišli su stečajnom upravniku, koji se oduševio idejom, i ustupio im prostor na korišćenje. Pokrenuli su radnu akciju i ubrzo mobilisali celu zajednicu, pa su im se u čišćenju i sređivanju svesrdno pridružili komunalci, vatrogasci, zanatlije, privrednici i „običan svet”. „Neke smo zvali za pomoć oko odnošenja šuta, ali su mnogi samoinicijativno prišli, jednostavno zato što su videli da pravimo nešto dobro za sve.” – seća se Miloš. Međutim, kako je projekat postepeno osvajao pažnju celog Cetinja, pokretanje novog centra na mestu stare fabrike pokrenulo je zauzvrat i isto toliko stara društvena pitanja. Naime, bivši radnici su revitalizaciju svog nekadašnjeg radnog mesta videli kao znak da „revitalizuju” i pitanje zaostalih plata i otpremnina. Iako zbog toga Društveni

centar ipak nije otvoren na mestu gde je priča započeta, Miloš kaže da im je bilo drago da su svojom inicijativom inspirisali druge na borbu i da im je to donelo važnu lekciju: „Nas je taj početak naučio da svaka akcija rađa reakciju. Da nije bilo naše inicijative, ne bismo probudili tolike sugrađane da nam se pridruže u sređivanju, niti bi bivši radnici tada digli glas i zatražili pravdu. Sva društvena pitanja su međusobno isprepletena i pokretanjem jednog, vi zapravo pokrećete sve.”

Ne znaš dok ne kreneš. Ne znaš šta je sve potrebno, ne znaš ko je sve spreman da pomogne, niti koliko će biti lako ili teško. Ništa ne znaš dok ne kreneš. Zato - kreni.

Nekoliko meseci kasnije, pronašli su novi prostor nedaleko od glavne pešačke zone, ali je i njega bilo potrebno srediti i opremiti. U pravom času, spazili su konkurs za Akademiju održivosti. Kako su želeli da stvore buduće mesto dijaloga, odlučili su da je upravo prislan razgovor sa zajednicom pravi način da prikupe novac. Njihovoj borbi mesto je bilo tamo gde grad živi, na ulicama i trgovima, na pijacama i urbanim džepovima Cetinja. Svakog dana tokom trajanja kampanje, postavljali su štand na prometne lokacije,



ali su umesto da drže slovo i prezentuju gotova rešenja, pitali sugrađane kako bi centar trebalo da izgleda i kojim pitanjima bi trebalo da se bavi. Time su se postavili kao „jedni od jednakih“, kao pokretači zajednice i saborci koji su spremni da saslušaju svakoga. Baš tako su, kažu, i osvojili celu zajednicu - osobu po osobu - i dodaju da su tek tu na ulici zaista razumeli koliko je važno naći zajednički jezik. „Nikako nismo mogli da dopremo do starijih sugrađana, sve dok nam jedan dekica nije odbrusio: 'Ma šta vam je taj društveni centar?' U želji da mu ideju približim, odgovorio sam: 'Nešto kao omladinski klub u vaše vreme.' I u tom času sam video da smo se razumeli, da imamo njegovu podršku i da morate govoriti jezikom zajednice ako već od nje tražite podršku.“ - seća se Marko.

Na sličan način, povezali su se i sa poslovnim ljudima Cetinja. Pisali su privrednicima, išli na sastanke i razgovarali o tome kako Društveni centar može poboljšati grad za sve. „I poslovni sektor čine ljudi, prema tome, imali smo pristup kao i prema drugima: prići otvoreno, izbegavati floskule i zaista ih pozvati da zajedno učinimo zajednicu boljom.“ – kažu iz Aktivne zone. Nekoliko godina kasnije, ovakav pristup doveo je i do potpisivanja sporazuma o saradnji Aktivne zone sa Klubom privrednika Cetinja i udruženi rad na društveno odgovornijem poslovanju.

Nakon što je Aktivna zona od zajednice prikupila ciljanu svotu novca, Fond za aktivno građanstvo im je tu sumu duplirao i time im dao podršku da svoju zamisao sprovedu u delo. Društveni centar i dan danas omogućava građanima i građankama svih generacija da učestvuju u javnim debatama, kreativnim, edukativnim i razvojnim radionicama, uživaju u izložbama, mini koncertima i drugim društvenim aktivnostima, kao i da nađu način da promene Cetinje nabolje. Upravo u njemu rodile su se brojne inicijative koje su i same sredstva pronašle u zajednici, kao što su akcija „Za siguran prvi otkucaj“, tokom koje su putem donatorskih kutija u marketima prikupili novac za novi CTG aparat u porodilištu, kao i pokret „Za zeleni Lovćen“, tokom kog su vođenim planinarskim turama uspeali da prikupe sredstva za ponovno pošumljavanje požarom uništenog Lovćena.

Društveni centar danas je, kako kažu, najbolji lek protiv letargije. On uspeva da već godinama bude impuls koji pokreće društvene promene. Baš zato drugim organizacijama civilnog društva poručuju da je često baš ta prva grudva dovoljna da pokrene lavinu dobrih dela.



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Govorite jezikom svoje zajednice.** Koristite ideje i koncepte koji su vašim sugrađanima bliski.
- 2. Nikad ne potcenjujte ljude.** Postoji mnogo načina na koji vam ljudi mogu pomoći, zato nikoga ne brišite sa spiska.
- 3. Nađite način da sarađujete sa lokalnom samoupravom.** Ponudite im gotova rešenja, jer to često daje bolje rezultate nego kritika.

“Pačvork jednog društva”

Crveni krst, Skoplje (Severna Makedonija)

Crveni krst grada Skoplja godišnje primi oko šezdeset tona donirane polovne odeće. To je šezdeset tona garderobe koju je potrebno razvrstati po sezoni, uzrastu i nameni, oprati, opeglati, skladištiti, neupotrebljiv višak odvesti na deponiju, a pripremljene pakete dostaviti onima kojima je to potrebno. Ako niste baš sigurni koliko je to zapravo odeće, samo zamislite niz od tri hiljade dupke punih kofera. Gotovo nemoguća misija za jednu humanitarnu organizaciju, koja, pritom, na raspolaganju ima vrlo ograničena sredstva. „Ljudi doniraju iz želje da pomognu, ali nažalost to ponekad stvori više štete nego koristi. Većina odeće koju dobijamo je neupotrebljiva, te nam je potrebno dosta prostora, vremena, ljudi i novca da je uopšte sortiramo, pa čak i samo bezbedno deponujemo.” – kaže Angelina Ristova Andreeva, zaposlena u Crvenom krstu.

Zbog ljudi koji na nas računaju, moramo naći način da budemo održivi i van projekata i državnih grantova.

Sve nas ovo navodi na pomalo neočekivan zaključak da i previše donacija može predstavljati problem, ako one nisu adekvatne ili ukoliko prevazilaze kapacitete onoga ko ih prima; no čak i takva situacija ima rešenje. U slučaju Crvenog krsta u Skoplju, rešenje je donelo jedno socijalno preduzeće, kojim rukovodi upravo Angelina. Reč je o prodavnici polovne odeće simpatičnog naziva - Kopče, koja se snabdeva od pomenutog viška donacija, zapošljava osobe iz socijalno ugroženih kategorija društva i predstavlja mesto na kom svi građani mogu donirati, kupiti ili dobiti besplatnu odeću. Korisnici usluga Crvenog krsta koji su nekada čekali na

pakete garderobe, sada četiri puta godišnje dobijaju vaučere za besplatnu sezonsku garderobu koju mogu sami odabrati u ovoj radnji. Kopče otvara vrata i za sve građane koji su u potrazi za dostupnijom garderobom zbog niskih primanja, ekološke svesti, solidarnosti ili modnog ukusa. „Mi smo nastali 2017. godine iz potrebe za održivošću. Pritom mislim na održivost humanitarne usluge, na održivost modela distribucije, na održivost mode, na ekološku održivost, na ekonomsku održivost svakodnevice socijalno ugroženih.” - ističe Andreeva. Jednim udarcem, Kopče je uspešno odgovorilo na potrebe marginalizovanih grupa društva, iskoristilo potencijal prekomernih donacija, reši dugogodišnji problem distribucije i dâ svoj doprinos očuvanju životne sredine.

Kako Crveni krst nije imao, niti i danas ima, odvojen budžet iz kog bi se finansirao rad socijalnog preduzeća, Kopče se odmah po osnivanju okrenulo kako tržištu, tako i prikupljanju sredstava u zajednici. Prostor u samom centru grada, koji im je organizacija ustupila, opremili su od donacija lokalne banke. Zahvaljujući medijskoj podršci, ubrzo su postali poznati i prepoznatljivi, te su počele da pristižu i donacije građana u vidu sačinjenog biznis plana, marketinških usluga i odeće. Kako su se njihovi kapaciteti polako širili, tako je rasla i želja da zajednici daju još veći doprinos. Te 2018. godine, Angelina i njene kolege požejele su da šivenju nauče one kojima bi takvo znanje potencijalno donelo finansijsku stabilnost. Na umu su imale, pre svega, samohrane majke i žene koje su već dugo bile nezaposlene, kao dve kategorije koje su nedovoljno obuhvaćene sistemom socijalne zaštite. Imali su ideju, imali su šivaće mašine, ali su im bila potrebna dodatna sredstva za organizaciju obuke. Program Akademija održivosti, organizacije HORUS, učinio im se kao idealna prilika da te finansije obezbede. Kažu da im je trening doneo

sistematičnost u radu, poznanstva sa drugim organizacijama, koja traju i danas, kao i šire vidike kad je reč o mogućnostima finansiranja.

Ipak, kako je Kopče već imalo razrađen poslovni model, rešili su da ciljanu sumu obezbede prihodom od prodaje odeće. Taj prihod su dodatno povećali prodajom cegera, koje su specijalno dizajnirali za ovu kampanju, a koji su ujedno bili i njihov odgovor na masovnu upotrebu plastičnih kesa. Promocija, kako kažu, nikad nije bila problem: „Od početka je naš koncept zanimljiv medijima. Tako smo i tokom kampanje prikupljanja sredstava za obuku, gostovali barem jednom mesečno na televiziji, a na radiju čak i jednom nedeljno. Pored toga, imamo bazu mejl adresa svih zaposlenih unutar Crvenog krsta, te smo i to iskoristili da raširimo glas.“

Tokom tih pet meseci prodaja je išla bolje nego ikada pre. Uspešno su prikupili potrebna sredstva, dobili dodatne finansije od HORUS-a i četiri žene podučili novom zanatu. Zanimljivo je da su one učile novu veštinu koristeći stare, neupotrebljive materijale i uspele da im pačvork tehnikom daju novi život i sašiju cegere, aksesoare i jastučnice, koje je Kopče potom prodavalo. O dalekosežnom uticaju ovog projekta, Angelina kaže: „Taj proces nam je doneo mnogo toga korisnog. Jedna žena, koja je prošla obuku, ostala je zaposlena, i dan danas šije za Kopče. Takođe, kampanjom smo proširili našu prvobitnu publiku i doprli do studenata i ekološki svesnih mladih ljudi.“

Iako socijalno preduzetništvo jeste način da se društvena odgovornost nametne kao sastavni deo poslovanja, fundamentalno važne usluge ne smeju biti prepuštene tržišnoj utakmici. To bi značilo da umesto ruke podrške ugroženima, pružamo „nevidljivu ruku tržišta“, nadajući se da će ih ona zbrinuti. Naprotiv, Kopče nas uči da socijalna preduzeća dodatno mogu osnažiti društvo jedino ako i to društvo zauzvrat osnaži njih. Drugim rečima, pojedinačno možemo biti ranjivi i nemoćni, ali zajedno – baš kao pačvork – krojimo nešto veće i bolje.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Kad prikupljate novac, razmislite o tome šta možete da ponudite zauzvrat.** To može biti prodaja robe ili usluga, koje bi ljudi ionako platili.
- 2. Širite svoju misiju samo u onim oblastima kojima dobro vladate.** Tako smo mi odabrale šivenje, kao dopunu second-hand koncepta.
- 3. Probajte da pokrijete više različitih potreba jednim udarcem.** Kampanju iskoristite da pokušate da zainteresujete širu javnost, rešite neko goruće socijalno pitanje, zaštitite životnu sredinu ili proširite svoj portfolio usluga.

“Efekat grudve”

Da se zna!, Beograd (Srbija)

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 pomoć psihologa. Nakon dve godine upornog rada, od beogradske opštine Vračar uspele su da na korišćenje dobiju jednu zapuštenu, mračnu i hladnu kancelariju u nekadašnjem obrazovnom centru „Božidar Adžija”. 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.

Kako bi prikupili sredstva za renoviranje i kasniji rad Savetovališta, 2019. godine prijavljuju se za program Akademija održivosti u organizaciji Trag fondacije. To im nije bio prvi susret sa fandrejzingom, te nisu osećali nikakvu početničku zadržku, niti tremu. Aleksandar Savić, koordinator za komunikaciju i fandrejzing ove organizacije, ističe: „Od samog početka, 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, i to ide prilično dobro. Svake godine organizujemo i nekoliko događaja, kao što je Drag Show u Nedelji ponosa, gde sredstva prikupljamo od prodaje

ulaznica. Drugim rečima, te 2019. godine imali smo već dosta jaku bazu, oko koje smo onda mogli da ispletemo dobru strategiju.” I zaista, strategiju su osmislili štreberski, tako da pokriju sve dostupne kanale, dopru do što raznovrsnijih segmenata društva i motivišu građane čak i na male donacije. Udruženje je oduvek bilo u velikoj meri prisutno u digitalnim kanalima, kroz njuzleter, podcast, YouTube kanal, Instagram i Facebook, te je samo tim putem njihov poziv za donacije videlo više desetina hiljada ljudi. Istovremeno su nastavili da prodaju brendirane šolje, i čak imali uspeha sa većim porudžbinama. Osim toga, slali su personalizovane mejlove potencijalnim darodavcima iz već uspostavljene baze kontakata i zabeležili pozitivne odgovore. Dodatno su, u dogovoru sa četiri beogradska lokala, organizovali „Dan za kafu”, pozvali svoje pratiocce da jutarnju šoljicu popiju baš u tim lokalima i time ceo račun doniraju za Savetovalište. Bili su vredni i uporni, i trud se isplatio. Svaka ova pojedinačna aktivnost donela je određena sredstva, ali su sve zajedno donele i nešto vrednije – pažnju javnosti. Štaviše, pažnja jedne konkretne kompanije daće njihovoj kampanji 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, poruku je za manje od tri

dana videlo milion i po ljudi. Ova neverovatna pažnja koju je organizacija „Da se zna!“ naprasno dobila odrazila se i na prikupljanje sredstava. Za samo nekoliko dana, stigli su do ciljne sume, koju je Trag fondacija potom duplirala. Osim finansija, kažu da im je kampanja pomogla da steknu sasvim nove partnere među roditeljima LGBT+ populacije, ali i nove potencijalne donatore među kompanijama. Ovo poslednje dokazuje i činjenica da im je nešto kasnije, kompanija Japan Tobacco International donirala veliku svotu za dodatno opremanje i dugoročni rad Savetovališta, čime su u zbiru uspjeli 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 za njih u toj 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 Savetovališta. Aleksandar ističe upravo tu stranu fandrejzinga: „*Vi prikupljanjem sredstava ujedno prikupljate saveznike. 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 autentično.** Klonite se fraza i onoga kako zamišljate da fandrejzing treba da zvuči. Pridite ljudski i otvoreno.
- 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.



“Svi su pozvani”

Djeca Crne Gore, Tuzi (Crna Gora)

„Nikad nisam razmišljala o deci sa teškoćama u razvoju. Sećam se da sam, dok sam bila mala, bežala od njih. Ili se skrivala iza starijih, držeći ih čvrsto za ruku. Nisam ih nikad zadirkivala, ali sam viđala decu koja to rade. Sada se stidim i u svoje i u njihovo ime. Ranjenog čoveka lako je povrediti izbegavanjem i nerazumevanjem, a kamoli grubostima. Da li je fer da oni ljubav mogu očekivati samo od roditelja, a razumevanje samo od njima sličnih? To ne sme biti.“ Iza ovog teksta stoji jedna devojčica šestog razreda u Tuzima, a promena koju opisuje, od ignorisanja, izbegavanja i straha do preispitivanja, empatije i iskrenog prihvatanja, desila se još mnogima u ovom malom mestu upravo zahvaljujući neumornom radu organizacije Djeca Crne Gore.



Ovo neprofitno i nevladino udruženje nastalo je 2009. godine, sa ciljem da se raširi ideja inkluzije, zajednica otvori za različitosti, a podrška pruži naročito marginalizovanoj deci, deci sa razvojnim smetnjama i deci u riziku. „U Tuzima nije bilo nijedne institucije koja radi sa decom sa smetnjama u razvoju i njihovim roditeljima. Zato smo najponosniji na to što smo okupili roditelje, poboljšali život toj deci i suštinski uspeali da odgovorimo na jednu duboku potrebu lokalne zajednice, koja te potrebe čak nije bila ni svesna.“ – kaže Sabra Decević, osnivačica organizacije.

Te 2019. godine, bili su rešeni da naprave još jedan pomak u uključivanju dece sa smetnjama u razvoju u svakodnevni život zajednice. Videli su konkurs za program Akademija održivosti Fonda za aktivno građanstvo i zapitali se: kako se zaista piše projekat koji treba da promoviše inkluziju? Odgovor do koga su došli bio je jednostavan, ali neočekivan: tako što će i sama deca biti uključena u osmišljavanje projekta. Tako se desilo da su odrasli prepustili odluku klincima, i to onima koji se obično ne pitaju mnogo. „Jedan dečak je rekao da se nikad nije vozio brodom. Drugi su rekli da bi voleli da svi zajedno jednog dana odu na piknik. Neko je doviknuo da bi mogli da izađu na picu. Onda su počeli da maštaju, pa su poželeli da obiđu avantura park. Od svih njihovih želja mi smo napravili projekat, koji je Fond za aktivno građanstvo usvojio. Odlučili smo da radimo samo ono što su oni hteli, a oni su baš zato kroz ceo proces stekli jednu novu veru u sebe.“ – priseća se Sabra.

Nakon što su uključili decu, usledio je teži deo zadatka: uključiti celu zajednicu u prikupljanje sredstava. „Tuzi je malo mesto i kao svako malo mesto, puno je predrasuda prema različitostima. Zbog odnosa koji okolina često ima prema deci sa razvojnim smetnjama, oni razviju strah i povuku se u sebe. Mi smo hteli da taj jaz premostimo.“ – kažu iz udruženja. Drugim

rečima, da bi prikupili novac za decu sa razvojnim smetnjama, morali su da pokažu da ona zapravo imaju iste potrebe kao i svi mi - za prihvatanjem i pripadanjem. Odlučili su da organizuju humanitarnu izložbu dečjih crteža i na jednom mestu okupe celu zajednicu. Zahvaljujući dobroj saradnji sa lokalnim medijima, ali i intenzivnom oglašavanju na društvenim mrežama, gotovo cela opština je ubrzo saznala za događaj. Bilo iz solidarnosti ili pak iz radoznalosti, na dan izložbe, na jednom mestu, u najčistijem duhu inkluzivnosti, našli su se svi akteri zajednice: lokalni novinari, predstavnici lokalnih vlasti, privrednici, deca sa razvojnim smetnjama i njihovi roditelji, ali i druga deca sa svojim porodicama. Pred njih su otvorenog srca izašla deca o kojima je udruženje brinulo, a umesto njih sa panoa progovorili su crteži Sneška Belića i Sunđer Boba, koji su potvrdili da svako dete mašta i čezne za istim stvarima. Tog dana zajednica je možda po prvi put tako jasno razumela da ova deca itekako imaju šta da kažu i pokažu: „Tek tada su mnogi shvatili da je sa našom decom moguće uspostaviti kontakt, da oni nisu otpisani. I kada su ih razumeli i videli da вреди raditi sa njima, tek tad su bili spremni da veruju i da daju podršku.“ – dodaje Sabra.

Nije bitno koliko ko dâ, već da dâ od srca. To je suština: da prepoznamo ono dobro kod drugoga.

Zahvaljujući izložbi, ali i kasnijoj podršci grada i lokalnih kompanija, organizacija je uspela da prikupi ciljanu sumu, koju je potom Fond za aktivno građanstvo duplirao. Lista želja s početka projekta je ubrzo ispunjena. Taj spisak svakodnevnih aktivnosti dao im je nesvakidašnju priliku da se osećaju baš kao i svi drugi, te ne čudi što su sa svakom štikliranom akcijom deca postajala samouverenija i druželjubivija. Sama organizacija je od tada do danas sproveda još mnogo inkluzivnih aktivnosti, ali je izložba dečjih crteža umnogome ostala prekretnica. Ona je pokazala da ako želite da izgradite zajednicu u kojoj je svako dobrodošao, onda je morate graditi zajedno sa drugima. Drugim rečima, kada se radi za dobro svih – svako je pozvan da doprinese.



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Osmislite cilj tako da zaista ispunjava potrebe korisnika.**
Nemojte sami pretpostavljati šta je drugima potrebno.
- 2. Ljudi će slušati šta govorite, ali će i čitati između redova.**
Potrudite se da tu mogu da pročitaju samo iskrenu želju da popravite zajednicu.
- 3. Ne trošite snagu na to da promenite nečije mišljenje.**
Okrenite se onima koji imaju razumevanja za vaš cilj i želju da pomognu. Ostali će sami doći vremenom.

“Knjige bez granica”

Education comes first, Đakovica (Kosovo)

„Obrazovanje je temelj ličnog razvoja i razvoja društva. Ako nismo spremni da učimo i radimo na sebi, niko nam drugi ne može pomoći.” – kaže Saranda Redža, psihološkinja po zvanju i jedna od osnivačica organizacije Education comes first iz Đakovice, na Kosovu. Ova organizacija nastala je upravo iz želje da obrazovanje učini dostupnim svima. Nakon što su sasvim slučajno otkrili do koje mere je ono sistemski nedostupno slepim i slabovidim osobama i nakon što su čuli priče onih koji dvadeset godina nakon gubitka vida nisu pročitali nijednu knjigu, odlučili su da nađu način da korice knjiga ponovo otvore za sve ljude željne znanja. „Razmišljali smo najpre o knjigama na Brajevom pismu, ali je trošak produkcije jedne takve knjige bio prevelik. Osim toga, nju može čitati samo jedna osoba, i to pod uslovom da razume pismo. Zato su nam na pamet pale audio knjige. Njih mogu slušati svi, bez obzira na uzrast i znanje, i to mogu činiti u isto vreme, na različitim krajevima zemlje i sveta.” – ističe Saranda.

Te 2017. godine kocka je bačena: kreiraće veliku otvorenu, digitalnu bazu audio knjiga i nazvati ih jednostavno Libra meze. Kako? Kako znaju i umeju. Za početak, na osnovu želja budućih korisnika, napravili su spisak literature. Potom su okupili više desetina volontera, mahom studenata psihologije, koji su se telefonom i starim diktafonima snimili kako čitaju dela. Zakupili su domen, okačili snimke, prosledili link potencijalnim slušaocima i čekali reakciju. Nažalost, ispostavilo se da sajt nije bio lako dostupan osobama oštećenog vida i da će, ako zaista žele da pomere granice, morati da razviju mobilnu aplikaciju. Kako je takav poduhvat zahtevao mnogo veći budžet, shvatili su da se moraju okrenuti fandrejzingu. Stoga su se 2019. godine prijavili za program Akademija održivosti u organizaciji Foruma za građanske inicijative - FIQ. Stekli su

ogromno znanje i osmislili detaljnu strategiju, no, kad je kucnuo čas da to znanje primene i plan sprovedu u delo, stiglo je leto i grad ih je dočekaao gotovo prazan. Ipak, nisu klonuli duhom. Razmišljali su: ako su već svi potencijalni donatori na odmoru van zemlje, zašto bi njih granice Kosova ograničile u prikupljanju novca?

Fandrejzing je posao sa punim radnim vremenom, ali mora biti i strast. U suprotnom će sve biti teško.



Kosova Ideas je crowdfunding platforma, smeštena u Švajcarskoj i namenjena grupnom finansiranju projekata iz oblasti umetnosti, kulture, građanskog aktivizma i održivosti na teritoriji Kosova. „Prijavili smo se našim projektom, ali nije bilo lako. Pisali smo projekat na nemačkom, francuskom, engleskom i albanskom, snimali i montirali video i sve to radili u žurbi zbog rokova”, prisećaju se danas. Ipak, trud se isplatio, delom zato što su bili iskreni i neposredni, a delom zahvaljujući snažnoj medijskoj podršci. Tokom pisanja projekta, gotovo svakog dana gostovali su na televiziji, radiju i u lokalnim novinama i uspeali da zgrabe pažnju javnosti. Uz podršku kompanija i pojedinaca, što sa Kosova, što iz dijaspore, preko

ove platforme dostigli su polovinu sume. Ostatak su pak prikupili od sugrađana, i to na jedan nesvakidašnji način. Naime, u susret Međunarodnom danu deteta, organizovali su dvodnevni kamp za decu u stilu „igara bez granica“. Jedina razlika bila je ta što je ovog puta granica bilo: naime, kroz sve igre i aktivnosti deca su nosila povez na očima. „*Hteli smo da prikupimo sredstva, ali i više od toga – da razvijemo empatiju. Nije bila poenta da deca od nas čuju kako je to biti slep, već da na neki način sami to iskuse i da kroz to iskustvo shvate koliko su podrška i solidarnost važni. Naravno, osim edukacije, dobro smo se zabavili i podržali projekat.*“ Donacije su prikupili prodajom ulaznica za kamp, a imali su sreće da je jedan volonter udruženja bio zaposlen u sektoru ljudskih resursa u većoj kompaniji, te da je uspeo da izdejstvuje kupovinu čak 500 ulaznica za decu zaposlenih.

Novac su prikupili uspešno i u roku. Međutim, važnije od toga, njihova priča zapravo nam pokazuje koliki značaj nose sve druge vrste donacija. Zahvaljujući podršci šezdeset volontera, koji su dali glas silnim papirnatim junacima, audio knjige su oživele. Zahvaljujući lokalnom radiju, koji im je tokom kampanje ustupio studio i opremu za snimanje, kvalitet zvuka je bio na zavidnom nivou. Zahvaljujući medijima, obratili su im se mnogi pisci u želji da doniraju svoja dela i autorska prava, kao i Ministarstvo obrazovanja, koje im je dalo pristup fondu od 100 knjiga. I konačno, zahvaljujući programerima, koji su im umanjili cenu razvoja aplikacije za 50%, od februara prošle godine aplikaciju Libra meze instaliralo je preko hiljadu korisnika. Analitika im kaže da među njima ima ne samo slepih i slabovidih, već i onih koji imaju poteškoće sa čitanjem, manjka slobodnog vremena ili naprosto dovoljno radoznalosti da čuju nešto novo.

Kada se priseti celog projekta, Saranda kaže da je ponosna na sebe i organizaciju što su uspeli da nađu sredstva i promene nešto u životima mnogih, i dodaje: „*Kad maštate, vi mislite: Oh, sve je moguće! Ali čim krenete da radite, pomislite: Ne, nemoguće je, premalo je vremena, nema načina... Ali ako uprkos tome istrajete i pronađete neki alternativni put, kao mi, nema boljeg osećaja od onoga kada dokažete da znanje zaista nema granice.*“

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Planirajte unapred.** Mi smo prevideli očiglednu stvar – da je leto i da većina potencijalnih donatora nije tu.
- 2. Budite svuda.** Da bi ljudi čuli za vas, morate biti svuda: na društvenim mrežama, na portalima, u novinama, na radiju, na televiziji, na ulici, u njihovom inboks.
- 3. Razmišljajte čak i van granica svoje zajednice.** Nikad ne znate ko sve može pomoći.



“Bolje društvo preko veze”

Eko ZH, Široki Brijeg (Bosna i Hercegovina)

„Ne možete naterati ljude da čuvaju životnu sredinu. Možete ih podstaći da se sa prirodom povežu i da kroz to poželeva vode računa o njoj.” Ovako Mario Brekalo, osnivač udruženja Eko ZH, započinje priču o naporima da se podigne ekološka svest građana. U Širokom Brijegu, u kraju koji se s razlogom naziva „plućima Bosne i Hercegovine“, ovo udruženje se već deceniju i po bori za zaštitu prirode, kako kroz radne akcije čišćenja i sadnje drveća, tako i kroz umetnost i edukaciju. Sve je počelo inicijativom „Porodično stablo“ u kojoj je 150 porodica posadilo isto toliko stabala oraha duž puta u selu Izbično, u Zapadnoj Hercegovini. Danas su to odrasla stabla oraha koja uveliko daju plodove, i svojevrsni svedoci brojnih akcija udruženja Eko ZH. Jedna od najčulenijih jeste likovna kolonija, koja već dvanaest godina okuplja studente petnaest umetničkih akademija iz Širokog Brijega, Mostara, Zagreba, Beograda, Niša, Novog Sada i drugih gradova regije i inspiriše ih da se za zaštitu prirode bore kistom i bojama.

Društvo treba shvatiti lično. Pitati se: Šta je tu moje? Kako ja doprinosim problemu i mogu li da doprinesem rešenju?

Udruženje je sredstva u početku prikupljalo, kako kažu, teško: *„Mogli smo da se oslonimo samo na sebe, te su nam i akcije bile ad hoc. Našli bismo se, svako bi dao ponešto i imali bismo dovoljno da, recimo, organizujemo prevoz i hranu za jednu akciju čišćenja. U početku smo bili sami svoji donatori.”* Vremenom se i to menjalo. Kada su se 2019. godine prijavili na Akademiju održivosti u organizaciji Fondacije Mozaik, već su imali značajnu bazu

stalnih donatora. Sve što im je bilo potrebno bila je dobra ideja koja bi ih zaintrigirala. U duhu svojih inicijativa kojima objedinjuju prirodu i društvo, osmislili su projekat „Mladi u pčelarstvu“, s ciljem da istovremeno pospeše oprašivanje i biodiverzitet, ali i podstaknu rešavanje pitanja nezaposlenosti. Ideja je bila da deset mladih nezaposlenih ljudi prođu obuku, nauče tajne ovog zanata budućnosti i dobiju po tri košnice za početak samostalnog rada. Ciljanu sumu prikupili su neverovatno brzo i neverovatno jednostavno: za nepunih mesec dana upravo od dvadesetak poslovnih ljudi na koje su uvek mogli da računaju. O tom kratkom putu bez mnogo lutanja, Mario kaže: *„Imali smo i imamo bazu ljudi koji nas dugo poznaju i koji nam veruju. Nikad im ne šaljemo isprazne mejlove. Ja ih pozovem da se vidimo, objasnim im ideju, pitam ih za mišljenje i tek onda zatražim podršku. Oni koji su nam i ranije pomagali, pomogli su nam i tad i sigurno će pomoći i sutra.”* Od skupljene svote novca kupili su trideset košnica sa pčelama i organizovali radionice, a desetoro mladih ljudi koji su prošli obuku bave se pčelarstvom i dan danas.

Tu, međutim, nije kraj ove priče. Ubrzo po završetku projekta, Fondacija Mozaik ih je kontaktirala s vešću da će organizovati još jedan krug Akademije održivosti za najuspešnija udruženja. Nije bilo sumnje, Eko ZH našao se na tom spisku. Odlučili su da se ovog puta uhvate u koštac sa drugim gorućim problemom životne sredine: divljim deponijama. Na području cele Zapadnohercegovačke županije koja broji oko 100.000 stanovnika postoji čak preko 200 divljih deponija, koje ugrožavaju živi svet, vazduh, vodu i životnu sredinu uopšte. Kao neko ko je godinama radio upravo na mapiranju deponija, o ovom problemu Mario kaže: *„Eko ZH se već dugo bori sa vlašću, medijima i komunalnim službama, ali i sa lokalnim stanovništvom da svaki akter društva preuzme odgovornost. Svi prebacuju loptu jedni na druge i ograđuju se, a deponije ostaju i posta-*

ju sve veća pretnja. Na kraju, nije nam to smeće dovezao niko iz Beograda, Mostara ili Zagreba. To je naše smeće, mi smo ga stvorili i mi treba da ga uklonimo.“ Zato je, kada se drugi krug Akademije neočekivano otvorio, udruženje zgrabilo priliku da konačno pokrene zajednicu. Oprobanim tehnikama, obraćajući se istim pouzdanim ljudima koji su ih podržali mnogo puta do tada, još jednom su brzo sakupili potreban novac i od Fondacije Mozaik dobili još toliko. Raspoloživi budžet su uložili u organizaciju radnih akcija, kojima su mobilisali kako svoje volontere, tako i lokalce i zajedno uspeali da očiste čak četiri divlje deponije. Međutim, uspeali su i mnogo više od toga: da ovu temu konačno nametnu javnosti. Podstaknuta njima, lokalna samouprava pokrenula je nabavku kontejnera za elektronski otpad, organizaciju predavanja o reciklaži u školama širom županije, pa čak i unapređenje postojećih regulativa u oblasti upravljanja otpadom. O sporim, ali sigurnim pomacima u zaštiti životne sredine, Mario kaže: „Na ovim prostorima česta deviza je – ‘ne isplati se cimiti se.’ A nije tako; isplati se raditi za opšte dobro i doprinos se uvek vidi, samo su ponekad za to potrebne godine. Program zaštite životne sredine tek će u budućnosti imati pravi efekat. Danas se čini da ljudi ne ubiru puno toga na edukacijama, ali im ipak to ostaje u svesti i oni polako usvajaju bolje navike.“

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Ljudi iz vašeg neposrednog okruženja vam mogu biti najveća podrška.** U svakoj fazi i sferi života, nastojite da ostvarite kontakte koje kasnije možete uvek pozvati i zamoliti za pomoć.
- 2. Ne tražite pomoć po šablonu.** Pitajte lično, obratite se imenom i prezimenom, oči u oči i prilagodite poruku svakome.
- 3. Pitajte ponovo one koji su vam već pomogli.** Ne činite to prečesto, ne želite da im dosadite. Poklonite im pažnju, redovno ih izveštavajte o uspesima i želeće da vam doniraju ponovo.

Iskustvo udruženja Eko ZH uči nas da su promene nabolje itekako moguće, ako imate veze na koje možete računati. Ma kako nam se to na prvi pogled činilo, istina je da su upravo ljudski odnosi i spone među nama temelj na kom gradimo udruženja, zajednice, a u zbiru i celo društvo. U tom smislu, možda bi najveći uspeh bio jednog dana reći da smo popravili društvo, poboljšali zajednicu ili zaštitili prirodu nikako drugačije nego – preko veze.



“Imati dobar plan”

ETEA, Priština (Kosovo)

ETEA je starogrčka reč koja označava duh jednog vremena. No, ako pitate građane Prištine, ona znači nešto sasvim drugo. To je ime poznate lokalne organizacije mladih ljudi, udruženih u misiji da duh grada oblikuju knjigama i obrazovanjem. Već godinama se bore za kulturu čitanja, a protiv, nekad se čini, neumitnog pada opšteg interesovanja za knjige. Kada je 2019. godine Forum za građanske inicijative pokrenuo program Akademija održivosti, udruženje je zgrabilo priliku da načini ogroman korak dalje ka svom cilju. Ako njihovi sugrađani sve manje posećuju biblioteke, mislili su, možda je vreme da biblioteke dođu do njih. Tako je nastao projekat Mini-biblioteka.

Da bi zajedničko dobro uopšte bilo zajedničko, mora uključiti zajednicu. To je očigledno, ali se često previdi.

Ideja je bila postaviti dvanaest otvorenih vitrina u različitim krajevima Prištine. Svaka bi sadržala okruglo sto knjiga različitih žanrova i epoha, podeljenih u dve sekcije: za decu i mlade, i za odrasle. Police bi u početku napunila ETEA, ali bi se kasnije fond menjao po principu razmene i pod motom „Donesi jednu knjigu, uzmi drugu“. Takođe, odmah nakon postavljanja, ove ulične biblioteke postale bi vlasništvo, odgovornost i briga komšiluka. Drugim rečima, u kakvom će stanju biti, koliko će se koristiti i kakvu će literaturu nuditi zavisilo bi isključivo od ljudi koji tu žive. Prema tome, da bi projekat uopšte uspeo, zajednica je morala da ga prihvati i na neki način preuzme. Upravo je to umnogome odredilo način na koji je ETEA prikupila sredstva.

Naime, fandrejzing kampanja je imala dva glavna toka: prema lokalnim preduzećima i prema stanovnicima komšiluka u kojima će biblioteke biti smeštene. Kada je reč o uključivanju firmi, Agon Ahmeti, jedan od osnivača organizacije kaže da je pola posla ležalo u tome da dobro osmisle svoj pristup: „Odlučili smo da se obratimo ciljano samo onim preduzećima za koje smo znali da će želeći da se povežu sa projektom, samo onima kojima je naša ideja bila bliska, a naši budući korisnici važni za poslovanje.“ Tako su odabrali lokalne privatne škole, biblioteke i knjižare, koje su imale korist od toga da se njihovo ime veže uz ideju otvorenog obrazovanja, kako kroz logo na samim vitrinama, tako i u medijima. Na sastancima sa donosiocima odluka objasnili su ideju, ali i izneli benefite koje dugoročno ta podrška može doneti firmi. Ovakvom strategijom pogodili su pravo u centar i vrlo brzo prikupili novac kojim će platiti izradu i postavku dvanaest Mini-biblioteka.

Sledeći cilj: prikupiti knjige kojima će ispuniti police. Agon objašnjava zašto su njih rešili da nabave upravo od građana: „Mogli smo da tražimo od kompanija da nam doniraju i knjige, ali smo odlučili da je pametnije da njih daju građani, da iz svakog ulaza ili makar svake zgrade jednog kraja neko da nešto svoje za opšte dobro. Na taj način, to ne bi bila biblioteka koju je ETEA napravila, bila bi njihova i samim tim imala bi mnogo veće šanse da zaživi. Zato smo se odlučili na taj, da tako kažemo, prisan pristup.“ A ko bi imao prisniji pristup komšiluku od onog koji i sam živi tu? Zato su okupili 27 volontera, poreklom upravo iz krajeva koji su obuhvaćeni projektom. Svaki volonter prilazio je svojim komšijama i time topio svaku moguću odbojnost, distancu ili podozrivost. Zajedničkim snagama, volonteri su uspeali da na različitim krajevima Prištine prikupe čak 1.200 knjiga koje su svoje mesto našle u vitrinama

Mini-biblioteka. Po pitanju transparentnosti u donacijama bili su rigorozni. Svaka knjiga i svaki novčani iznos bio je evidentiran i javno objavljen uz ime donatora, čime su samo dodatno učvrstili već veliko poverenje zajednice.

Pored snažnih direktnih kampanja, iz udruženja napominju da su imali jaku medijsku podršku, na čemu mogu da zahvale, pre svega, zanimljivoj ideji. Neobična vest o otvorenim uličnim bibliotekama za nekoliko dana proširila se društvenim mrežama i brzo stigla do nacionalne televizije i najčitanijih portala. Tražili su im intervjue, radili reportaže, a u medijima se pronela čak i skica buduće biblioteke, što je zasigurno pomoglo ljudima da je lakše zamisle. O ovoj intenzivnoj medijskoj pokrivenosti, iz udruženja kažu: „I pre nego što smo se ljudima obratili za pomoć, dosta njih je već čulo za nas. Imali smo šlagvort na koji smo mogli da se nadovežemo. Takođe, mediji su do danas nastavili da izveštavaju o Mini-bibliotekama i tako održavaju interesovanje celog grada.“

ETEA je u rekordnom roku od trideset dana prikupila sve što je planom zacrtala, pa čak i premašila ciljeve za oko 20%. Kada pogledaju iza ramena, nemaju sumnje: tajna njihovog uspeha leži u dobro promišljenoj strategiji. Znali su kome treba da priđu i na koji način. Procenili su kada treba da traže, a kada da zauzvrat daju. Umeli su da iskoriste pun potencijal medija. Mislili su na svaki detalj i sprečili svaki mogući kiks. Jednostavno rečeno, imali su dobar plan. A nije li upravo plan ono što razlikuje želju od cilja?

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Dobro promislite kome se obraćate.** Zapitajte se ko još deli vaš cilj ili kome on ide u prilog.
- 2. Držite sve konce u rukama.** Vodite preciznu evidenciju o svakoj dobijenoj donaciji i zajedno sa volonterima radite na obezbeđivanju transparentnosti. Na ovaj način ćete osigurati da neće biti zloupotreba i razloga za bilo kakvo nepoverenje javnosti.
- 3. Kada prilazite kompanijama, stavite se na njihovo mesto.** Zapitajte se: zašto bi neka kompanija podržala vaš projekat? Nekada je čak korisno i malo doraditi ideju na osnovu sugestija koje od njih dobijete, dokle god to ne ugrožava krajnji cilj vaše inicijative.



“Dok je nama nas”

Moje Nožičko, Nožičko (Bosna i Hercegovina)

Zima je 2017. godine. U malom selu Nožičko, u jugozapadnom delu opštine Srbac, u Republici Srpskoj, već danima pada sneg. Već danima Danijela Božić i Velimir Mikulić zovu opštinsku komunalnu službu da očisti puteve, no putevi uporno ostaju zavejani. Kada su jednog jutra zbog poledice umalo doživeli saobraćajnu nesreću, rešili su da uzmu svoje selo u svoje ruke i osnuju udruženje „Moje Nožičko”. Sećajući se tih početaka, Velimir kaže: „*Nama je Nožičko najljepše mesto na svetu, ali, kao i svako selo, i naše ima probleme koje pojedinac sam ne može rešiti. Zato nam je bilo potrebno udruženje koje će da se zauzme za nas, pa smo ga i osnovali, istražili dobro kako funkcioniše, šta možemo sve njime postići i krenuli u akciju!*”. Na prvi sastanak udruženja došlo je četrdesetoro meštana, sasvim dovoljno da se uhvati zalet i stvari posle mnogo vremena pokrenu sa mrtve tačke. Četiri godine kasnije, „Moje Nožičko” se može pohvaliti velikim šahom za penzionere, igralištem za decu, renoviranim parkom i popločanim prilazom starom izvoru pijaće vode, novim klupama, kantama za smeće i stalkom za bicikle, kao i inicijativom za proširenje Seoskog doma. Upravo ovaj poslednji poduhvat bio je deo programa Akademija održivosti čiji je novi ciklus 2019. godine pokrenula Fondacija Mozaik.

Već na uvodnim treninzima programa, Nožičani su shvatili da je fandrejzing novo ime za sve što su do tada samouko i intuitivno činili. Naime, udruženje je svaku dotadašnju inicijativu finansiralo upravo sredstvima iz zajednice, i u zbiru uložilo tako prikupljenih dvadeset hiljada evra. Osim novčanih, česte su bile i donacije u sirovinama, robi i volonterskom radu. Tako su, kada su pravili igralište za decu, od jednog preduzetnika dobili hrastovinu za igračke, od lokalne firme tobogan, od dijaspore ljuljaške, a od meštana - vešte ruke spremne da pomognu.

Pored toga, po osnivanju su ustanovili i dobrovoljnu članarinu, koju današnjih 255 članova redovno plaća, pa čak često i prekorači, znajući da će taj novac biti potrošen pametno. Na pitanje kako bi opisao njihov pristup fandrejzingu, Velimir kaže: „*Domaćinski. Kada radite sa zajednicom, ta neposrednost je bitna. Priča licem u lice. Iako meštani, recimo, znaju sve*



šta se dešava, svejedno vole da porazgovaraju, da čuju makar i isto, ali iz prve ruke i drugim rečima.“

Na Akademiji održivosti dali su svojim tehnikama jedan širi, metodološki okvir i ohrabрили se u nameri da prikupe novac za izgradnju pomoćne prostorije za ostavu, toaleta i poluotvorene kuhinje pri Seoskom domu. Ova ideja se već godinama s vremena na vreme potezala, kako na sednicama udruženja, tako i širom komšiluka. Svi su Dom videli kao jezgro društvenog života sela, kao jedno mesto za sve školske priredbe, koncerte, proslave, komemoracije, predavanja, zborove i najrazličitije skupove. Mnogo puta su razgovarali o tome šta sve treba popraviti, kojim redom, zajedno krojili i prekrjali nacрте budućeg plana. Zato je, kada je konačno došlo vreme da ovaj zajednički san postane stvarnost, bilo logično da se tim povodom okupi celo selo. A kako drugačije, nego uz muziku i zakusku.

Zajednica treba da oseća da baš ona radi na rešenju, a ne neko drugi za nju.

U malom mestu kao što je Nožičko, dobre vesti se brzo šire, te je bio dovoljan jedan dan da celo selo sazna da se sprema dobrotvorni koncert. Zato ne čudi što je te tople aprilske večeri, Dom bio krcat. Za muziku je bio zadužen gostujući ansambl iz Banja Luke, koji je celu noć svirao, kako kažu, „sve od Baha do sevdaha“, a na meniju se našla riblja čorba, kuvana u velikom kazanu za sve goste. Nožičani su uživali, družili se i kovali nove planove šta bi sve mogli da organizuju u Domu čim ga srede. Uz pomoć donacija od te večeri, ali i naknadnih priloga koje su dali lokalni privrednici, udruženje je sakupilo ciljanu sumu, koju im je Fondacija Mozaik duplirala, i kojom su ubrzo potom zajedno otpočeli renoviranje.

Ova inicijativa, pod simboličnim nazivom „Moje Nožičko – moj Dom“, primer je kako udruženje i zajednica mogu zajedno raditi na svakom koraku: od početne zamisli, preko finansiranja, sve do realizacije. Upravo o tom neraskidivom odnosu, osnivači udruženja kažu: „Organizacije civilnog društva nisu odvojene od zajednice, one su jedno isto i jedno bez drugog ne mogu. Osim toga, ove organizacije su nevladine, što je vrlo važno

jer vlada često nema duha, sluha, pa ni interesa da ostvari stvarne potrebe naroda. Prema tome, udruživanje nas uči: prvo, da ja ne znam i ne mogu sve sam, već da moram da pitam druge za pomoć i drugo, da mi za naše dobro moramo da damo naš novac, vreme i trud.“ U tom smislu, prikupljanje sredstava i danas vide kao jedini način da udruženje opstane i da se život zajednice poboljša. Samo davanjem, kažu, ljudi mogu razviti osećaj šta je zajedničko dobro, kome ono pripada i koliko zaista vredi.

I dok širom regiona slušamo o selima koja neumitno izumiru, ovo mestašće sa tek nešto preko hiljadu stanovnika, zahvaljujući udruženju „Moje Nožičko“ živi jednim novim životom. Umesto zaključka, Velimir poručuje: „Verujem da je ovo dobro rešenje za sva sela. Moramo naučiti da među sobom nađemo one koji će u naše ime otići načelniku opštine ili kome već treba i zahtevati rešenje. I moramo naučiti da najčešće neće niko doći da naše živote sredi umesto nas, ali da isto tako, ništa nije nemoguće – dok je nama nas.“ Drugim rečima, ponekad čak i loša vest poput one da niko neće doći da očisti sneg - može ujedno biti i vest koja će nas zbližiti, osnažiti i pokrenuti.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Uskladite svoje ciljeve sa željama zajednice.** Cilj treba da bude tako izabran da svaki član zajednice može da kaže: „Da, i ja bih da se to već jednom reši!“
- 2. Imajte spremne odgovore.** Iako vi možda najbolje poznajete temu za koju tražite podršku, stavite se u cipele šire zajednice i predvidite šta vas mogu pitati. Nema mucanja, nema „Javiću vam sutra“ ili „Videćemo“. Zajednica mora da vidi da ste već mislili na to da većina meštana može imati koristi od vaše ideje.
- 3. Pravite kratkoročne ciljeve.** Ili duge izdelite na kraće, jer brza realizacija rađa poverenje zajednice. Ako čovek ubrzo posle donacije vidi rezultate, želeće da nastavi da vas podržava.

“Dobar zvuk daleko se čuje”

Omladinski kulturni centar, Herceg Novi (Crna Gora)

Herceg Novi čini veliki broj umetnika i kreativaca, koji u nedostatku infrastrukture i javne podrške već godinama napuštaju grad ili naprosto odustaju od bavljenja kreativnim radom. Sa željom da tome stanu na put i da podignu društvenu svest o značaju kulture, nekolicina mladih Novljana je 2012. godine rešila da samoorganizovano formira instituciju pod imenom Omladinski kulturni centar. Počeli su sami i, kako kažu, „na mišiće“, donirajući sopstvene muzičke instrumente i gerilski organizujući koncerte. Vrlo brzo su, međutim, osvojili uši, srca i podršku svojih sugrađana. „To je jedan od lepših primera sprege između građanske organizacije i zajednice. Mi smo počeli da promovišemo mladu, nezavisnu scenu i ubrzo smo osvojili pažnju javnosti koja je želela da nam pomogne. Tako smo, recimo, belo platno za projekciju dobili od starog vojnog garnizona, nameštaj od jednog hotela koji se zatvarao, a od sugrađana staru tehniku i zvučnike. Zato kažemo da Omladinski kulturni centar jesmo pokrenuli mi, ali ga je na noge stavila cela zajednica.“ – seća se Nataša Dendić, jedna od osnivača organizacije.

Ljudi nisu navikli da doniraju za kulturu, zato što im deluje da to nije urgentno - ali stvaralaštvo, izražavanje i povezivanje kroz umetnost jesu fundamentalna potreba.

Već u prvim godinama pokazalo se da ima želje za svežim zvukom u Herceg Novom, a gde ima želje, treba da ima i prostora. Ideja Otvorene gradske muzičke vežbaonice i studija nije bila nova, ali je bila prava. U nju su se slile sve težnje mladih da stvaraju svoju muziku, druže se, eksperimentišu

i razvijaju talente van okvira formalnog obrazovanja. Te 2018. godine prijavili su se za Akademiju održivosti u želji da tu zamisao sprovedu u delo. „Teorijski deo Akademije je bio mnogo dobar. Fascinantne su nam bile priče organizacija. Naoružani znanjem i elanom želeli smo da i mi vidimo šta je moguće uraditi.“ – priseća se Vedran Krnić, suosnivač Centra. Vođeni uverenjem da se za muziku treba boriti muzikom, došli su na ideju da organizuju dva, žanrovski raznovrsna donatorska koncerta u samom srcu grada.

„Mala mesta imaju mnoge teškoće, ali oglašavanje nije jedna od njih. Štaviše, bilo kakvu aktivnost vrlo je lako razglasiti.“ – kažu iz organizacije. Bilo je dovoljno da oblepe grad plakatima, za koje je dizajn radio lokalni umetnik, da vest rašire putem lokalnih portala i medija, a da mlade pozovu preko društvenih mreža. Zato nije bilo iznenađenje što se te večeri u prelepom



amfiteatru gradskog pozorišta okupilo više stotina Novljana kako bi čulo mlade nade elektronske muzike. „Mnogima je ovo bio prvi put da izvode autorske stvari, a ljudi su nam posle toga prilazili iznenađeni što uopšte postoji toliko mladih koji prave svoju muziku.“ – seća se Nataša. Omladinski kulturni centar od početka se borio da umetnost i kultura budu dostupne svima, te su odlučili da ulaz na koncerte bio slobodan, a donacije prepuštene dobroj volji građana. „Na naše iznenađenje donirali su uglavnom klinici. Iako su to bili sve mladi ljudi bez nekih značajnih finansija, očigledno je da su toliko želeli da se muzička soba otvori, da su bili spremni da daju i to što nemaju.“ – dodaje Vedran.

Drugi koncert imao je potpuno drugačiju atmosferu. Na šarmantnim ulicama starog jezgra grada, organizovali su fenomenalnu akustičnu svirku, pokazujući da dobre muzike ima u svakom žanru i sentimentu. Melodičnim zvucima gitare te noći osvojili su stariju publiku, prikupili dodatna sredstva, ali i pokazali šta sve grad može da pruži ako podrška nezavisnoj kulturnoj sceni zaživi.

Ostatak sume donirali su im lokalni privrednici i ugostitelji, a Fond za aktivno građanstvo im je taj iznos udvostručio. „Koncertima smo postigli tri bitne stvari: pokazali smo potencijal Omladinskog kulturnog centra i nezavisne scene, afirmisali smo mlade muzičare i uspeali da prikupimo dobar deo donacija za muzičku vežbaonicu.“ – rezimiraju svoj uspeh Nataša i Vedran. Oдавно su kupili instrumente, potrebnu opremu i tehniku za snimanje zvuka, a trenutno čekaju zvaničnu saglasnost grada da jednu prostoriju Doma omladine pretvore u dugo očekivanu Otvorenu muzičku sobu.

Iako za kulturu i umetnost često nije lako prikupiti sredstva, Vedran ističe da je njihova kampanja i u tome napravila pomak i naglašava zašto je važno davati i za takve ideje: „Ako uvek odgovaramo samo na bazične potrebe, mi ćemo preživeti, ali kakav će nam biti kvalitet života i kakav će biti život grada? Kultura nije nešto strano i izdvojeno, nešto što je lepo imati, ali nije obavezno. Ona direktno i snažno utiče na psihičko i socijalno zdravlje jedne zajednice.“ A upravo nas primer Omladinskog kulturnog centra nesumnjivo uči da se, jednom kada rešimo da se za muziku borimo – dobar zvuk daleko čuje.



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Morate imati edukovan i dobro pripremljen tim.** Ako ste dobro potkovani, neće biti većih iznenađenja.
- 2. Kampanju treba dobro brendirati.** Ideja, izbor reči, grafički prikaz daće vašem cilju viši smisao i učiniti ga prepoznatljivim.
- 3. Stalno obaveštavajte javnost o aktivnostima i o progresu.** To će izgraditi poverenje.

“Kad je bal - nek je bal”

Okular, Čičevac (Srbija)

„Ako radite iz srca, uspećete, čak i ako ceo svet kaže da ste ludil!” – kažu s osmehom 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. Danas, „posle bitke”, sve to deluje potpuno prirodno, ali počeci nisu bili laki. Sredstva za svoje aktivnosti udruženje je u početku prikupljalo uz pomoć većih organizacija i mreža, no, uprkos tome što je projekata bilo malo, svaki je dobio 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 „Okular”.

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

Kako je organizacija polako rasla, javila se potreba za sopstvenim prostorom. Želeli su da on bude više od kancelarije: da bude mesto gde će organizacija živeti, gde će se volonteri i deca družiti i dogovarati. Da bude Inkluzivna kuća 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. „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.” – priseća se Aleksandra Milutinović iz „Okulara”.

Sredstva su počeli da prikupljaju poklončicima koje su pravila deca: među njima su bila liciderska srca, privesci za ključeve i sitnice, za koje su prolaznici mogli da daju donaciju po izboru. Postavljali su štand svuda, nudili poznanike, prodavali od lokala do lokala i ubrzo, kada to više nije donosilo rezultate, rešili su 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 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.

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 Čićevca i okrug. Jedne su pozvali lično, do drugih su došli primenom tehnike „neko zna nekog, ko zna nekog“, a treći su se pozvali sami. Sve ih je dočekala ukrašena sala, bogato posluženje i fenomenalna muzika. Zabava je mogla da počne.

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 šou“. Reč je o javnoj licitaciji na kojoj 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 bar jednog donatora. Pored toga, održali su i tihi licitaciju slikarskih radova dece, mladih sa invaliditetom, umetničkih fotografija, a čak im je i predsednik opštine - u slobodno vreme slikar - donirao svoje radove za tu priliku. Sve umetnine je, na njihovo iznenađenje, na kraju otkupio sam hotel, čije zidove one i danas krasi. 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.

Još dugo posle te noći, o balu u Čićevcu 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 i još toliko dobije od Trag fondacije. Zahvaljujući prikupljenim sredstvima, ne samo da su opremili prostor, već su nastavili da finansiraju 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.** Ako pitate za podršku, mogu vam donirati ili produžiti dalje. Ali ako ne pitate, pored vas će sigurno proći i oni koji bi možda silno želeli da vam se pridruže.



“Filantropija se vežba”

Projekat Sreća, Skoplje (Severna Makedonija)

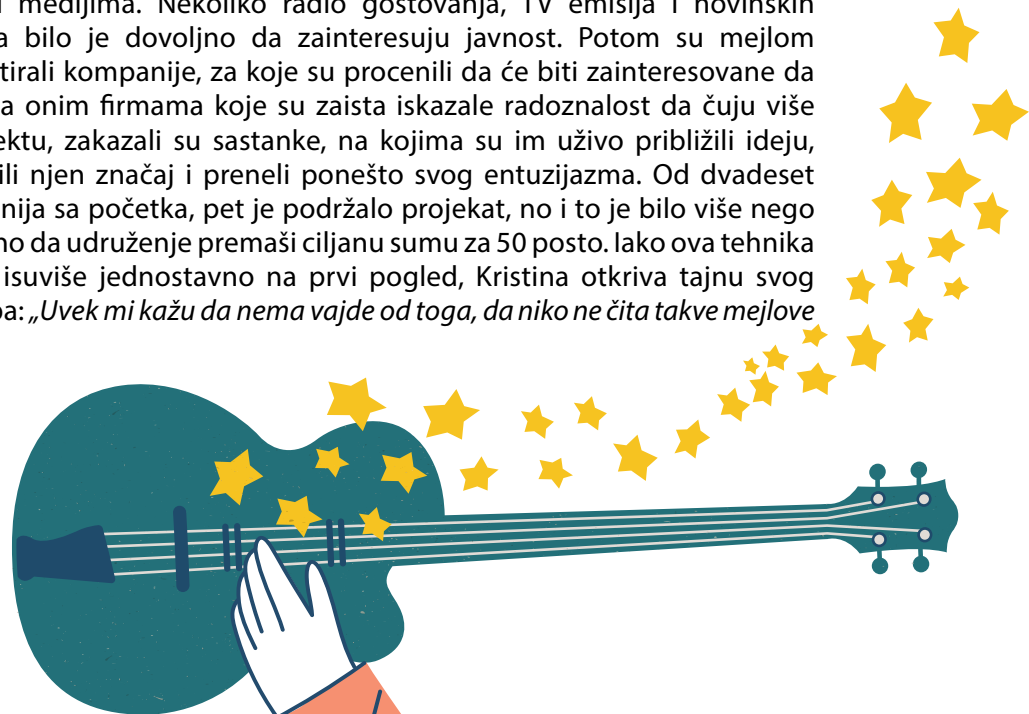
Kristina Arnaudova je nekada bila pevačica, koja se u slobodno vreme bavila humanitarnim radom. Vremenom je filantropija prerasla u njen poziv, a pevanje je postalo hobi. Ključni preokret desio se poslednjeg dana 2015. godine, kada je, u devetom mesecu trudnoće, osnovala udruženje Projekat Sreća. Ona kaže da je ideja nastala u “pet do dvanaest”, ali i u pravo vreme, jer nikad nije kasno da se podrži obrazovanje i razvoj dece i mladih iz socijalno ugroženih kategorija društva, siromašnih porodica ili udaljenih i ruralnih krajeva. Prema podacima kojima raspolaže, čak polovina dece u Severnoj Makedoniji nema jednake mogućnosti, pristup neformalnom obrazovanju i novim tehnologijama, a mnoga od njih žive i na rubu egzistencije.

Niko ne može da učini sve, ali svako može da učini nešto.

Od 2015. godine do danas, udruženje Projekat Sreća razvilo je bazu od 1.200 takve dece širom zemlje, primilo preko 3.000 donacija, raspodelilo ili uložilo preko 160.000 evra i donelo, kao što im ime kaže, sreću - deci, roditeljima, društvu i samoj Kristini. U tom procesu, uspeali su da iskristališu šta su zapravo glavne potrebe dece sa margine: *„Oni se najčešće snađu za osnovne stvari, ali im nedostaje sve ostalo, sve ono što je drugoj deci normalno. Oni ne idu na sportske aktivnosti, na balet, u bioskop, pozorište, na dopunske časove, na kulturne događaje... A to su sve prilike da istražiš svoja interesovanja, razviješ neki talenat, socijalizuješ se i stekneš samopouzdanje.”* Te potrebe bile su polazna tačka svih aktivnosti udruženja, pa su tako nastali besplatni letnji kampovi za decu koja ne mogu da priušte letovanje, besplatni dramski studio za one koje privlači scena i konačno –

besplatna muzička škola. S ovom poslednjom idejom na umu, prijavili su se 2019. godine na konkurs Akademije održivosti u organizaciji HORUS-a. Škola šarmantnog naziva „Gitare, dirke i svirke” zamišljena je tako da pruži redovne časove klavira i gitare, čak dva puta nedeljno, za marginalizovanu decu uzrasta od sedam do četrnaest godina.

Godinama pre toga, Kristina je sve projekte finansirala prikupljajući sredstva u zajednici, najčešće od kompanija. Otud ne čudi što su je na Akademiji održivosti dočekali rečima: *„Pa ti ovde možeš i da predaješ.”* Kroz smeh ipak dodaje da je imala praktično znanje, ali da su joj treninzi pružili dodatni teoretski okvir i sistematičnost. Zato su se, nakon Akademije, u prikupljanje sredstava upustili sigurniji nego ikada pre. Najpre su se obratili medijima. Nekoliko radio gostovanja, TV emisija i novinskih članaka bilo je dovoljno da zainteresuju javnost. Potom su meglom kontaktirali kompanije, za koje su procenili da će biti zainteresovane da daju. Sa onim firmama koje su zaista iskazale radoznalost da čuju više o projektu, zakazali su sastanke, na kojima su im uživo približili ideju, objasnili njen značaj i preneli ponešto svog entuzijazma. Od dvadeset kompanija sa početka, pet je podržalo projekat, no i to je bilo više nego dovoljno da udruženje premaši ciljanu sumu za 50 posto. Iako ova tehnika deluje isuviše jednostavno na prvi pogled, Kristina otkriva tajnu svog pristupa: *„Uvek mi kažu da nema vajde od toga, da niko ne čita takve mejlove*



i da uzalud pokušavam. Ali ja se ne slažem, to funkcioniše, samo moraš da znaš šta da očekuješ. Mi imamo spisak kompanija. Ako skupljamo za školsku opremu, pišemo svim kompanijama koje prave pribor ili izdaju udžbenike. Ako pravimo novogodišnje paketiće, zovemo firme koje proizvode igračke i slatkiše. Osim toga, pošaljemo u proseku 100 mejlova, od čega nekad samo deset kompanija odgovori, ali i tih deset je dovoljno da jedan projekat realizujemo.“

Pored novčanih donacija, dobili su i dve gitare na poklon od nekadašnjih Kristininih kolega. Nakon što im je HORUS duplirao sredstva, postojeći prostor opremili su instrumentima i pratećom opremom, angažovali profesore i otpočeli s radom. Svi donatori bili su pozvani na svečano otvaranje i dobili zahvalnice, a deca su, čak, za tu priliku pripremila i malu priredbu i izvela prve numere.

Kroz “Gitare, dirke i svirke” je od tada prošlo ukupno pedesetoro dece. Mnogi od njih su kasnije upisali srednju muzičku školu i nastavili da se bave muzikom, a sam projekat od ove godine podržava i Ministarstvo kulture. Baš o ovom preplitanju obrazovnog sistema i organizacija civilnog društva koje se bave decom, Kristina dodaje: „*Neformalno obrazovanje treba da postane deo formalnog. Ono je zapravo možda i bitnije. U školi deca uče činjenice, ali ne uče ništa o sebi. Jedino kroz priliku da istražuju i razvijaju svoje potencijale, oni uče ko su, šta mogu i šta žele.*” I zaista, ako je Kristinu i njene kolege rad na neformalnom obrazovanju socijalno ugrožene dece nečemu naučio, to je da nakon što se popnu na scenu, nauče novu pesmu ili otkriju neki talenat, ta deca više nisu ista. Ona su snažnija, hrabrija i dovoljno samouverena da budu to što jesu i kao takvi postanu ravnopravni članovi zajednice. Drugim rečima, kroz ovakve projekte, društvo, na neki način, ispravlja svoje systemske nedostatke i ponovo jača i integriše u sebe i marginalizovane grupe. Ako pitate ljude iz Projekta Sreća, fandrejzing tu igra ključnu ulogu: “*Da, fandrejzing je važan zbog donacija i podrške, zbog slobode koju pruža u odnosu na projektno finansiranje i zbog prilike da prikupljanjem pokrenemo razgovor o važnim pitanjima. Međutim, on je i način da radimo na filantropiji. Da svi mi iznova i zajedno vežbamo empatiju i altruizam, sve dok ih ne uvežbamo toliko dobro, da našoj deci sutra filantropija dođe kao sasvim prirodna reakcija.*” Baš kao što svakome ko posveti dane i mesece ovladavanju nekim instrumentom, jednog dana, melodija prosto “uđe u prste”.



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Ideja je važna.** To može biti nešto što dotad nije urađeno, što je preko potrebno i što zvuči sjajno već na prvu loptu.
- 2. Birajte donatore pametno.** Ako radite projekat na neku temu, istražite i kontaktirajte kompanije čija je delatnost u toj istoj oblasti.
- 3. Uvek nastojite da ostavite utisak profesionalnosti.** Istina je da niko ne želi da novac da „amaterima“. Na primer, profesionalno je da dokument šaljete na memorandumu organizacije ili projekta i sa zvanične, pristojne mejl adrese.

“Čas praktične nastave”

Shpresa e Jetës, Priština (Kosovo)

Godina je 1999. i rat je na Kosovu završen, dok izgradnja civilnog društva tek treba da počne. Grupa studenata osniva organizaciju koja bi pružala hitnu, neophodnu pomoć ugroženima i siromašnima, kojih, pak, ima toliko da sistem ne uspeva da ih zbrine. Organizaciji daju ime „Shpresa e Jetës”, što na albanskom znači „Nada u život”, kao znak rešenosti da upravo tu nadu ponovo vrate na lica dece i roditelja. U prvim godinama njihov rad fokusirao se na prikupljanje i doniranje osnovnih potrepština, poput hrane, odeće, higijenskih sredstava i lekova, da bi se vremenom preorijentisali na obrazovanje dece. Na pitanje zašto baš obrazovanje, Bernardete Palucaj Lekaj, jedna od osnivačica udruženja, odgovara: „*Obrazovanje je dugoročniji vid davanja. Urgentne donacije će, naravno, uvek biti neophodne i značajne, ali dublje promene zahtevaju da odemo i dalje od njih i pokušamo da nešto sistemski promenimo.*” U početku su saveznike nalazili u poznanicima i prijateljima koji su donirali robu, odeću ili pak, svoje vreme kroz volontiranje. Međutim, ubrzo su shvatili da će morati da nauče više o fandrejzingu kako bi uspeali da uhvate veći zalet i sprovedu u delo čak i zahtevnije ideje.

Jedna takva ideja rodila se 2018. godine iz želje da 240 dece, uglavnom iz porodica sa kojima je organizacija već radila, spremno dočeka početak nove školske godine. Sa ogromnom željom da nauče što više mogu, prijavljuju se na Akademiju održivosti u organizaciji Foruma za građanske inicijative. O programu i treninzima Bernardete kaže: „*Tada smo shvatili da postoji mnogo različitih načina da prikupite novac. Možete organizovati događaj, ići od vrata do vrata, uključiti poznate osobe, iskoristiti društvene mreže... Načina je bezbroj, trik je odabrati onaj koji je najbolji za vaš cilj i vašu zajednicu.*” Najbolji način za njih, ispostaviće se, bio je kontaktiranje lokalnih kompanija i građana. Napravili su dug spisak

potencijalnih donatora i rešili da krenu redom, od vrata do vrata. Svakom vlasniku, direktoru i menadžeru firme koji je odvojio malo vremena da ih sasluša ispričali su šta pristup obrazovanju i podrška zajednice može značiti za decu sa margine. Tu priču su, kako kažu, ponovili preko pedeset puta, u isto toliko firmi. „*Nismo bili lenji jer smo shvatili da je fandrejzing zapravo način da uključimo zajednicu u rešavanje zajedničkih briga. Nije to samo tehnika prikupljanja novca, već i način da građani i kompanije saznaju kako žive njihovi sugrađani, šta se sve dešava u Prištini, koliko sistemska podrška ugroženima nije dovoljna i koliko je, stoga, važno da se i oni uključe*”, dodaje Bernardete.

Kada smišljate kako da počnete da prikupljate novac, krenite od kraja. Cilj će vam odrediti i poruku, i kanale, i publiku.

Iako su putem korporativnih donacija prikupili gotovo ciljanu sumu, nisu se tu zaustavili. Odlučili su da se okrenu još jednoj važnoj grupi potencijalnih donatora: roditeljima. U tu svrhu organizovali su celodnevni događaj na glavnom trgu u Prištini, sa brojnim aktivnostima za najmlađe. Deca su se igrala, bojila, crtala, čitala, pevala i jednostavno bila deca, a upravo je ta njihova bezbrižnost podstakla roditelje da zamisle kako je deci koja, igrom slučaja, imaju detinjstvo ispunjeno brigama. Na kraju dana, kutija za dobrovoljne donacije je bila puna. Ubrzo pošto su prikupili ciljanu sumu, Forum za građanske inicijative im je duplirao novac i

tako omogućio da 240 dece iz manjinskih etničkih grupa i siromašnih porodica dobije preko potrebnu školsku opremu, udžbenike i jednaku šansu za obrazovanje. „Prikupljanje sredstava u zajednici bilo je za nas kao organizaciju nešto sasvim novo, a pokazalo se kao neophodno. Čak i kad se finansirate projektno, kao mi, tokom rada se uvek usput nametne nešto, neka nova ideja ili potreba, koju projekat ne može da pokrije. Zato je važno da znate kako da pokrenete zajednicu i za takve, spontane reakcije“, podseća Bernardete.

Danas oni svom prvom fandrejzing poduhvatu nalaze bezbroj mana, ukazujući na to da je trebalo da imaju veću kampanju, da se bolje promovišu na društvenim mrežama, da uključe poznate ličnosti ili da se obrate isključivo većim firmama. No, kao i uvek kada učite novu veštinu, svaka greška je zapravo lekcija. A neke lekcije se uče, ne toliko u školama, pa ni na treninzima, već upravo među ljudima.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Ne zaboravite da vi tražite pomoć, ali i pružate priliku ljudima da učine nešto dobro.** To nije mala stvar, jer smo svi, ipak, na kraju zahvalni i srećni što smo nekome pomogli.
- 2. Ljudi treba da znaju za vas i pre nego što ih pitate za donacije.** Biće spremniji da vam daju ukoliko su već upoznati sa vašim radom, nego ukoliko vas prvi put vide. Ukoliko ste već prisutni u zajednici, ne oklevajte da se obratite svojim pratiocima i poznavaocima vašeg rada.
- 3. Budite jasni i komunikativni na svojim kanalima.** Omogućite svakome da lako i začas otkrije čime se bavite i kako vas može podržati.



“Dug put od tri koraka”

Sutra je novi dan, Velika Kladuša (Bosna i Hercegovina)

„Jedan od najboljih lekova protiv bolesti je imati društvo. Biti sa osobama koje su prošle isto. Podeliti strah i teskobu s nekim ko te razume.“ Ovako jedna od čuvenih „kladuških heroína“ opisuje značaj udruženja „Sutra je novi dan“ u životu svih koji se u ovom gradiću suočavaju sa dijagnozom malignog oboljenja. A takvih je, nažalost, mnogo. Iako je Velika Kladuša, nasuprot imenu, malo mesto sa blizu sedam hiljada stanovnika, prema podacima lokalnog Doma zdravlja, broji čak oko 250 obolelih od karcinoma. Jedan od njih bio je i suprug Nasije Džihanović, osnivačice ovog udruženja. Nakon teške borbe koja se završila njegovom smrću 2016. godine, Nasija je odlučila da uradi sve što je u njenoj moći da više niko u Velikoj Kladuši ne prolazi kroz takvo iskustvo sâm. Malo je reći da je u tome uspeła: danas udruženje okuplja preko 400 ljudi, mahom žena, i iza sebe ima brojne humanitarne akcije, stručna predavanja i – ništa manje važno – mnogo dana provedenih u razgovoru, druženju i smehu.

**Biti nečiji neko negde, bez povoda,
meni je sav smisao života.**

„Naziv udruženju dali smo po stihu Done Ares ‘Sutra je novi dan/i slaba jača sam’. Htele smo da svima koji prolaze kroz bilo koji oblik ove opake bolesti poručimo da nipošto, čak ni u najtežim trenucima, ne odustaju. Da se ne uplaše od duge i neizvesne borbe koja je pred njima, već da biju bitku po bitku, dan po dan i rame uz rame sa nama.“, kaže Nasija. Upravo je ta svakodnevna podrška bila glavna okosnica projekta „Moj život nije rak“, kojim su se 2019. godine prijavile za program Akademija održivosti, u organizaciji Fondacije Mozaik. Cilj je bio jednostavan: saku-

piti sredstva koja će psihološko savetovanje, predavanja na temu zdravih životnih navika i dekupaž radionice uvrstiti u stalne aktivnosti udruženja. Na pitanje zašto su odabrale baš ove tri stavke, Nasija kaže: „Edukacija je važna i za prevenciju i za oporavak, psihološka podrška je ključna za osnaživanje, a kreativnost je takođe jedna vrsta terapije. Dekupažu nas je naučila jedna članica, i to nam je svima donelo ne samo razbibrigu i osećaj korisnosti, već vremenom i dodatni izvor prihoda za lečenje.“ I pre Akademije održivosti, prikupljanje sredstava u zajednici nije im bilo nimalo strano. Naprotiv, još od osnivanja, novac za pomoć bolesnima, kao i za sam rad, prikupljale su upravo putem donacija preko društvenih mreža, uličnih akcija, ali i u direktnom kontaktu sa firmama i lokalnom samoupravom. Tokom godina, ceo kanton je čuo za ove vedre i borbene žene i imao priliku da se uveri u njihov trud. Zato, kada je na red došla Akademija, one nijednog trena nisu imale nedoumicu o tome kako ovu ideju sprovesti u delo. Krenule su utabanim putem.

Prvi korak: raširiti glas o akciji. „Sigurno ne postoji osoba u Velikoj Kladuši koja ne sluša naš lokalni radio. Srećom, mi sa njima imamo sjajnu saradnju. Uvek žele da prenesu naše pozive, a vrlo često je dovoljno da im samo na papiriću napišemo žiro-račun i za šta se prikuplja novac, da oni pročitaju, a da se ljudi odazovu.“ Tako je bilo i sada: u etar su pustile jednostavnu poruku da do cilja mogu stići jedino zajedničkim naporom i da, stoga, i najmanja donacija može mnogo da znači. Njihov poziv ubrzo je dao rezultate i prve uplate su počele da pristižu.

Usledio je drugi korak: obratiti se kompanijama. Kontaktirale su Udruženje privrednika i preko njih, svim firmama članicama, poslale mejl sa molbom za donaciju. Većina privrednika je i ranije podržala njihov rad i osetila potrebu da isto učini i sada. Zato ne čudi što su već istog dana mnogi

na mejl odgovorili direktnom uplatom i što je u konačnom zbiru, najviše sredstava prikupljeno upravo korporativnim donacijama.

Ostalo im je malo do ciljane sume i još jedan, poslednji korak: izaći među svet i s njim podeliti nešto lepo. Udruženje „Sutra je novi dan“ bilo je i ostalo poznato po Kolačijadama, humanitarnim akcijama prikupljanja novca kroz prodaju neodoljivih kolača. Tako su i tog sunčanog aprila meštani Velike Kladuše mogli da se zaslade uz pite, palačinke, torte, baklave, urmašice i druge poslastice i ujedno ostave donaciju za dalji rad udruženja. O tome da su potpuno osvojili srca i nepca sladokusaca, govori i činjenica da ih je jedan simpatizer ubrzo potom unajmio kao katering službu za svoj poslovni događaj.

Ova tri koraka bila su dovoljna da udruženje prikupi sredstva, koja im je Fondacija Mozaik ubrzo potom duplirala. Od raspoloživog novca su nabavile repromaterijal za dekupaž, organizovale desetak vrlo posećenih predavanja na temu ishrane, štetnosti duvana i prevencije karcinoma, ali i pokrenule psihološko savetovalište. Ovaj projekat omogućio im je da iz dana u dan iznova budu tu jedni za druge. Danas, nekome sa strane njihova priča može delovati isuviše jednostavna da bi bila moguća, ali je istina da su ova tri koraka mogla doći tek na kraju puta od hiljadu milja. Drugim rečima, bile su potrebne godine da bi ovaj novac bio prikupljen za nepunih mesec i po dana. Upravo o tome, završavajući svoju priču, govori i Nasija: „Tajna našeg uspeha je u poverenju. Nikad se nismo mešale u politiku, nikad nikog nismo slagale, nikad nikog izneverile. Ljudi su iznova i iznova videli da radimo puno i da radimo važnu stvar. Istina je da vam ljudi na ovim prostorima možda i neće tek tako otvoriti vrata, ali jednom kada se uvere da vam mogu verovati, oni ih uvek ostavljaju makar odškrinutim.“



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Ne zaboravite: zajednica sve korisnike vidi kao predstavnike udruženja.** Ako ste svojim članovima zaista važni u životu, oni će i sami pričati o tome i tako raširiti dobar glas.
- 2. Radite transparentno.** Podelite s javnošću šta ste uradili sa svakom donacijom koju ste dobili.
- 3. Pronađite najvažniji kanal komunikacije u svojoj zajednici.** Jednom kada ga otkrijete, iskoristite ga do maksimuma. U našem slučaju, to je bio lokalni radio.



“Dobro urađen domaći”

YMCA, Bitolj (Severna Makedonija)

YMCA. Čuveni disko hit osamdesetih, ali i jedna od najstarijih i najvećih omladinskih organizacija na svetu. Osnovana 1844. godine u Londonu, u jeku industrijalizacije, sa ciljem da pripremi mlade momke za stvaranje humanijeg društva, Young Men's Christian Association (Hrišćansko udruženje mladića) gotovo dva veka kasnije mnogi i dalje smatraju jednom od prvih organizacija civilnog društva. Danas ona broji blizu milion volontera u čak 119 zemalja sveta. Jedna od njih je Severna Makedonija, sa dva YMCA udruženja, u Skoplju i Bitolju. Bitoljski ogranak osnovan je 2001. godine kao neformalni, nereligiozni i neprofitni omladinski klub. Tokom prvih deset godina, organizovao je brojne muzičke, filmske i sportske aktivnosti i kampove za mlade, finansirane uglavnom uz podršku programa Evropske unije. Te, 2010. godine, dešavaju im se dve prekretnice: letnji omladinski kampovi postaju njihova glavna aktivnost i ujedno se intenzivira saradnja sa Mirovnim korpusom i Ambasdom Sjedinjenih Američkih Država u Severnoj Makedoniji. Ova saradnja je, kako kaže jedan od osnivača, Viktor Iliev, umnogome promenila način na koji posluju: „Mi smo u to vreme radili od danas do sutra, od projekta do projekta, od granta do granta. U radu sa njima naučili smo da je potrebno praviti dugoročne planove, da moramo danas sejati nešto što će nići i dati plodove tek za pet godina, kako bismo imali izvesnu stabilnost.“ Tako su malo po malo počeli da uče o prikupljanju sredstava od kompanija, kao načinu da organizaciji obezbede postojaniji vid finansiranja. Iako je Viktor, kako kaže, bio vrlo pesimističan, uz podršku američkog ambasadora uspeali su da razviju veliku mrežu potencijalnih donatora. Godinama su organizovali fandrejzing događaj pod nazivom „Čaj sa ambasadorom“, kom su prisustvovali mnogi preduzetnici, izvršni direktori i marketing menadžeri kompanija širom Severne Makedonije. Iz organizacije otvoreno priznaju: „U početku su se

kompanije odazivale jer ih je zvao sam ambasador, no kako smo gradili odnose, vremenom su počeli da dolaze i zbog nas. Istina je da vam zvučna imena mogu otvoriti vrata ili vas spojiti sa donatorima, ali vam niko neće dati novac samo na bazi preporuke. Morate zadobiti njihovo poverenje.“ Kako bi iskoristili pun potencijal svake prilike koja im se pružila, još u početku su odlučili da na sastanke uvek dolaze dobro pripremljeni. Njihovo glavno oružje bilo je istraživanje. Mnogo pre nego što su se rukovali i upoznali sa ijednim donatorom, znali su ko su donosioci odluka, šta ih zanima, kako posluje sama firma, kakvi su im projekti društvene odgovornosti, kao i koje su im vrednosti, budžeti i očekivanja.

Najveća greška koju organizacije prave jeste neinformisanost. Budite štreberi i uradite domaći.

„Moraš da uradiš domaći. Moraš da znaš pozadinu da bi umeo da pregovaraš. Zato smo mi istraživali dan i noć, pretraživali LinkedIn, pretplaćivali se na poslovne magazine i portale, pronalazili publikacije, išli na događaje Privredne komore i svakom novom informacijom dopunjavali našu bazu podataka.“ - ističe Viktor. Iako im je u početku tek svaka deseta kompanija donirala sredstva, za YMCA Bitolj čak i to je bio ogroman iskorak. Doneo im je mogućnost da ne zavise samo od grantova, već da kampove jednim delom finansiraju i sami. Tokom narednih godina, ta brojka je rasla, baš kao i njihovo znanje, mreža donatora, ali i, kako tvrde, kultura korporativne filantropije u zemlji: „Mi smo sve vreme primere dobre prakse iz drugih zemalja delili sa domaćim kompanijama i sa njima razgovarali o značaju

davanja za opšte dobro. Volimo da kažemo da smo pored naših, razvijali i njihove kapacitete.“

Akademija održivosti 2019. godine samo je potvrdila da idu u dobrom smeru i dala im dodatni vetar u leđa. Njihov cilj bio je da prikupe deo sredstava za letnji omladinski kamp i ujedno nastave da jačaju veze sa poslovnom zajednicom. Najpre su organizovali godišnji korporativni događaj i na koktelu okupili kako kompanije sa kojima su već sarađivali, tako i neka nova lica. Od 120 najvećih preduzeća kojima su uputili poziv, na skup su došli predstavnici čak njih šezdeset. Organizacija im je prezentovala svoj rad, predstavila mlade učesnike kampa i zahvalila se javno dotadašnjim donatorima, tako da su na kraju dana potencijalni darodavci stekli jasan utisak šta mogu očekivati. Nije bilo odmora ni posle zabave. Usledilo je stotine mejlova i telefonskih poziva kompanijama, što je bila lekcija koju su odavno naučili: „Statistika je neumoljiva. U proseku samo 10% mejlova koje pošaljete dobiju i odgovor. To znači da treba godišnje poslati i preko hiljadu mejlova da biste bili održivi.“ Silni sastanci, pregovori i pozivi ipak su urodili plodom. YMCA Bitolj prikupio je ciljanu sumu, koju je HORUS duplirao, čime je obezbeđen značajan deo budžeta za organizovanje kampa.

Kao neko ko ima dosta iskustva sa različitim vidovima finansiranja organizacija, na kraju Viktor kroz osmeh kaže: „Ako mene pitate, projektno finansiranje je kao državni posao. Siguran je, pun birokratije, ali nema rasta i nema slobode. Sa druge strane, fandrejzing je kao preduzetništvo. Izazovno, teško, promenljivo, ali zanimljivo i ispunjavajuće. Možda je balans ta dva zapravo najbolji.“ Međutim, kao i u svemu drugome, i u prikupljanju sredstava lek protiv neizvesnosti jeste istraživanje i dobra priprema. To je barem izvesno.



SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Srušite psihološke barijere.** Ako svesno ili nesvesno osećate stid da tražite sredstva, to će uticati na vašu otvorenost i odlučnost, pa i na motivaciju donatora da vas podrži. Morate raditi na tome da donatorima pristupite kao njima ravnopravni, a ne inferiorni.
- 2. Morate imati kvantitet da biste imali kvalitet.** Naviknite se na odbijanje – većina vam neće odgovoriti na mejl ili poziv i to ne doživljavajte lično. Vama je i manji broj njih dovoljan, ako sa njima imate dobru saradnju.
- 3. Uvek pošaljite izveštaj nakon što primite donaciju.** To može biti prezentacija s videom i fotografijama, s logoom sponzora, pričom i pojašnjenjem šta smo uspeali postići primljenim donacijama. Malo organizacija to radi, a svaki donator ceni.



“Počni tu gde si, s onim što imaš”

Ženski centar Milica, Vrnjačka Banja (Srbija)

„Kao žena sa iskustvom raka dojke, osetila sam sve nedostatke koje ovaj sistem ima, od nedostupnosti dijagnostike do odsustva psiho-socijalne podrške kada dijagnozu dobijete, od nedovoljno informacija do previše onih pogrešnih i opasnih, od gubitka posla do gubitka podrške partnera i porodice.“ – ovako priču o „Ženskom centru Milica“ počinje osnivačica, Vesna Bondžić. Na osnovu ličnog iskustva, ali zarad zajedničkog dobra 2012. godine nastala je „Milica“, udruženje posvećeno unapređenju kvaliteta života i zdravlja žena, prvenstveno onih koje se nose sa karcinomom.

**Važno je da se za vas čuje, ali važno je i šta se čuje.
Mi nismo htele tužne priče, jer one ne ohrabruju
nikog. Htele smo da pričamo o snazi, o pobeđi, o
nadi i zajedništvu!**

Osoba koja dobije dijagnozu raka ima hiljadu pitanja i nijedno mesto gde može pronaći sigurne odgovore. Zato je od samog početka, ovo udruženje bilo rešeno da širom otvori ta jedna vrata za sve nedoumice i strahove. Put od memljivog, zapuštenog prostora koji su dobile na privremeno korišćenje do Dnevnog centra, u kom bi žene obolele od karcinoma i njihove porodice pronašle podršku, savete psihologa, nutricioniste i fizioterapeuta, ali i kreativne radionice, iskustvene terapije, obuke za samopregled i edukaciju – bio je, u najmanju ruku, dug. Srećom, Akademija održivosti, čiji su deo bile te 2013. godine, dala im je vetar u leđa da se na taj put otisnu.

Odmah na početku shvatile su da ih, pre prikupljanja bilo kakvih sredstava, čeka mnogo veći zadatak: destigmatizacija karcinoma. „Nije bilo udruženja koja su se bavila rakom. Niko nije hteo da priča o tome - ‘da ne čuje zlo’. Grad nas nije želeo na proslavama i manifestacijama. Mediji nisu hteli da nas čuju ili su od nas tražili neku tugaljivu priču, a tuga ne može da ohrabri ženu da ode na pregled. Zato je naš prvi cilj bio da demistifikujemo rak, da poručimo – da, on postoji, ali mi nismo žrtve. Mi smo žive i jake. I ima nas!“ – seća se Vesna. A kako se destigmatizacija ne dešava preko noći, već korak po korak, rešile su da je važnije da budu prisutne češće i na što više mesta, nego da prave jedan veliki događaj.

Prilika nije bilo mnogo i nisu bile idealne, ali su svaku uspele da preokrenu u svoju korist. Kada su dobile zabačen, jedva primetan štand na gradskom trgu prilikom održavanja jednog karnevala, dosetile su se da po asfaltu rašire ljubičasto platno dugo desetak metara i pozovu svu decu i prolaznike da ga oslikaju. Ne samo da su postale zvezde karnevala, već su i uspešno otpočele prikupljanje novca. Kada su, drugom prilikom, dobile zeleno svetlo od lokalnog hotela da održe donatorski skup u 17 časova, rešile su da ga nazovu „Čaj za bolje“ i zanimljivim konceptom privuku privrednike i zvaničnike da se pozivu odazovu.

Pred Novu godinu, na gradski trg donele su pregršt kolača i učinile da ceo centar Vrnjačke Banje zamiriše na cimet i vanilu. Za svaku donaciju, davale su prolaznicima po dva mafina, s idejom da jedan zadrži, a drugi okače na Drvo radosti. Na kraju akcije, Drvo je bilo prepuno slatkiša, koje su deca sa smetnjama u razvoju „pobrala“ uz osmeh. Usledile su dve humanitarne fudbalske utakmice i nekoliko vrlo posećenih rok svirki u lokalnim kaficima, a njihovi događaji postali su najbolje žurke u gradu. Ubrzo su otkrile i moć

društvenih mreža i uverile se da često slika vredi hiljadu reči. Uz istaknut žiro-račun objavljivale su fotografije svog oronulog prostora i tako prikupile još trećinu potrebnih sredstava. Kampanju su završile uspešno, a Trag fondacija im je duplirala sredstva. Uskoro su otpočeli radovi na uređenju Dnevnog centra, a donacije su nastavile da pristižu. Tako su, za početak rada centra, od niškog Kliničkog centra na poklon dobile mamografsku lutku za trening samopregleda dojke, koju i danas koriste.

Za samo nekoliko meseci, „Ženski centar Milica“ uspeo je da osvoji podršku preduzetnika, privatnih kompanija i javnih preduzeća, lokalne samouprave, muzičara, sportista, prijatelja i korisnica usluga Centra, kao i brojnih pojedina iz Vrnjačke Banje i okoline. Neki su donirali novac, a neki solidarnost pokazali volonterskim angažovanjem, ustupanjem prostora, hrane i pića, organizovanjem koncerata i skupova. Drugim rečima, učinile su jednu tešku temu malo lakšom time što su je iz mraka izvele na svetlo trgova, kafića, klubova i stadiona.

Danas, sedam godina kasnije, „Ženski centar Milica“ broji više stotina korisnica i onkoloških stručnjaka i pruža mnoštvo usluga na nacionalnom nivou. Kada bace pogled iza ramena, za sobom vide dug i krivudav put.

Možda on deluje kao put kojim se ređe ide, ali je vrlo čest za većinu organizacija civilnog društva. Da, ponekad imamo sreće, pa se već sa starta vidi cilj ili pak usput naiđemo na prečicu. Ipak, mnogo češće moramo sami da krčimo stazu, da krenemo tu gde smo, radimo s onim šta imamo i koračamo s ljudima koje poznajemo. Ali zato, kada se na kraju osvrnemo, videćemo da smo utrli put za mnoge koji nekad nisu imali kuda.

SAVETI IZ PRVE RUKE:

- 1. Dobro ovladajte svojom temom.** Kada je poznajete bolje od svih i kada želite da je zastupate bez obzira na sve, tada će vas slušati.
- 2. Počnite od svoje zajednice i svojih poznanika.** Da bi vas znala cela zemlja, prvo mora da vas poznaje lokalna zajednica.
- 3. Uvek se prilagođavajte.** Ako nešto ne ide, probajte nešto drugo. Ako dobijete malo, razmišljajte kako da ga učinite većim. Ako ne žele da vas saslušaju, budite glasniji.





UHVAĆENE BELEŠKE

1
Počnite od kraja – od cilja.
Osmislite ga tako da okupi
članove vašeg udruženja, vaše
prijatelje, korisnike, kompanije
i čitavu zajednicu.

2
Pravite kratkoročne ciljeve
ili duže izdelite na kratke.
Tako će ljudi brzo videti
rezultate svog davanja.

3
Dobro ovladajte svojom
temom. Morate je poznavati
do tančina, nastupiti
profesionalno i imati spreman
odgovor na svako pitanje.

4
Odbacite stid i strah.
Upamtite - radite nešto
lepo i dobro za sve.

5
Pre svega, stavite se u tuđe
cipele. Zapitajte se: zašto bi
neko podržao baš vašu
inicijativu?

6
Brendirajte se. Originalan
koncept, slogan i grafički
prikaz učiniće vas
prepoznatljivim.

7
Govorite tako da vas
ceo svet razume.
Izbegavajte fraze
i šablone.



le le
le le

8

**Pronađite najbolji način
da prigrabite pažnju što
većeg broja ljudi.**

le le
le le

le le
le le

9

**Razmišljajte i mimo
pravila. Samo tako ćete
otkriti šta može „upaliti“
u vašem slučaju.**

le le
le le

le le
le le

10

**Ne trošite snagu na to da
promenite nečije mišljenje.
Okrenite se onima koji imaju
sluha za vas i želju da
vam pomognu.**

le le
le le

le le
le le

11

**Davanje inspiriše davanje.
Kada tražite donacije,
razmislite šta možete
pružiti zauzvrat.**

le le
le le

le le
le le

12

**Ne potcenjujte značaj
nenovčanih darova. Takve
donacije jačaju spone sa
zajednicom i na duže staze više
znače od jednokratne pomoći.**

le le
le le

le le
le le

13

**Ne zaboravite – svi vaši
korisnici i članovi udruženja
su vaši ambasadori. Neka o
vama šire dobar glas.**

le le
le le

le le
le le

14

**Radite transparentno.
Podelite sa zajednicom
šta ste učinili sa svakom
donacijom koju ste primili.**

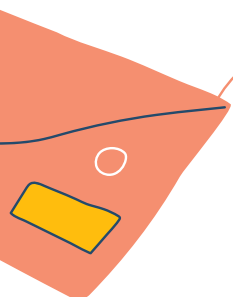
le le
le le

le le
le le

15

**Ne odustajte. Biće odbijanja,
neočekivanih skretanja,
uspona i padova, ali će biti
vredno truda.**

le le
le le



CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

061.2(4-12)
364.4(4-12)
316.66(4-12)

МИТИЋ, Марија, 1986-

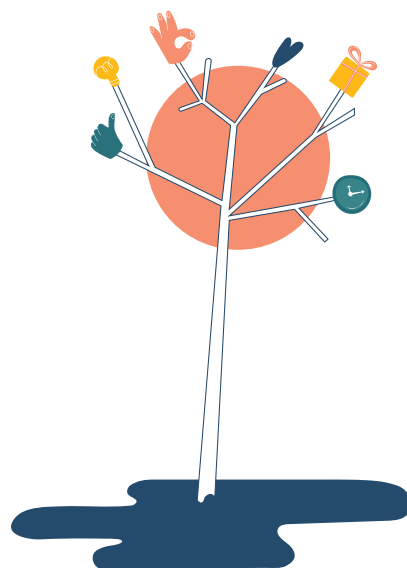
Znak da može : kako je 15 organizacija prikupilo sredstva u svojim zajednicama? / [autorka Marija Mitić] ; [[ilustratorke] Slavica Čukanović, Bojana Čabraja]. - Beograd : Trag fondacija (u ime SIGN mreže), 2021 (Beograd : Digital Art). - 36 str. : ilustr. ; 21 x 30 cm

Tiraž 150. - Str. 5: Uvodna reč / Trag fondacija u ime SIGN mreže.

ISBN 978-86-82230-00-7

а) Невладине организације -- Сарадња -- Југоисточна Европа
б) Хуманитарни рад -- Друштвена улога -- Југоисточна Европа

COBISS.SR-ID 53547273



Izrada ove publikacije omogućena je uz finansijsku podršku Evropske unije, Balkanskog fonda za demokratiju, Balkanske mreže za razvoj civilnog društva i Švedske agencije za međunarodnu razvojnu saradnju. Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost Trag fondacije i ne odražava nužno stavove Evropske unije, Balkanskog fonda za demokratiju, Balkanske mreže za razvoj civilnog društva, niti Švedske agencije za međunarodnu razvojnu saradnju.