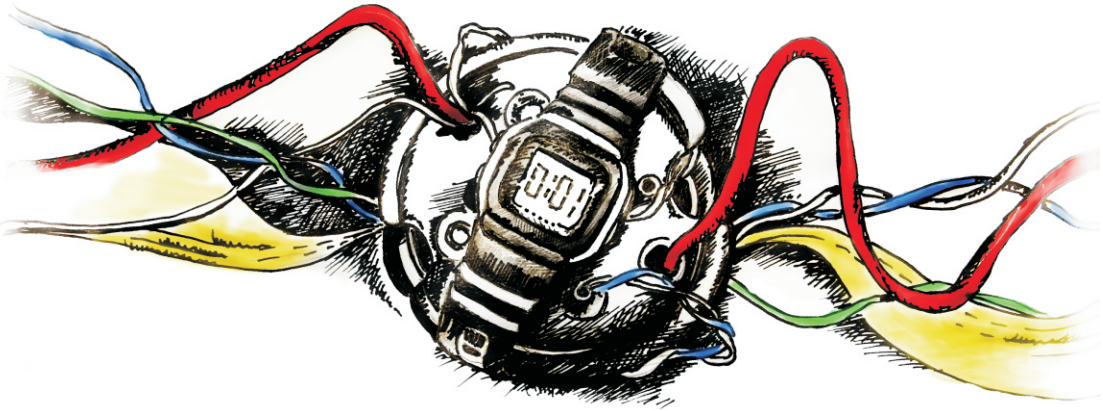
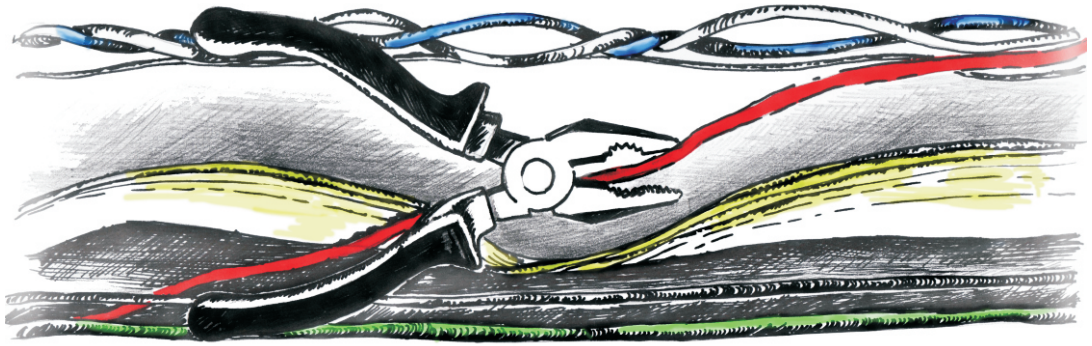
Помощник Активиста





для распространения внутри **Фаланстер**а
тираж 299

ФАЛАНСТЕР
2011

“Помощник Активиста”

– это небольшой справочник про то, что такое молодёжная организация **Фаланстер**, каких принципов придерживаются её участники, чем занимаются.

В этом помощнике собран ряд советов по организации деятельности в рамках инициативы.

Авторы обобщили свой опыт гражданского активизма на протяжении ряда лет работы в условиях Беларуси и описали самое важное и необходимое.

Этот справочник не исчерпывающий документ о молодёжной организации **Фаланстер**, однако будет полезен для начинающих активистов и волонётров.

Подробнее про деятельность **Фаланстер**а можно узнать
по e-mail: **zzabej@gmail.com**
или на сайте **zabej.info**

Содержание

1. Организация

2. Акции и проекты

3. Юридический ликбез

4. Информационная безопасность

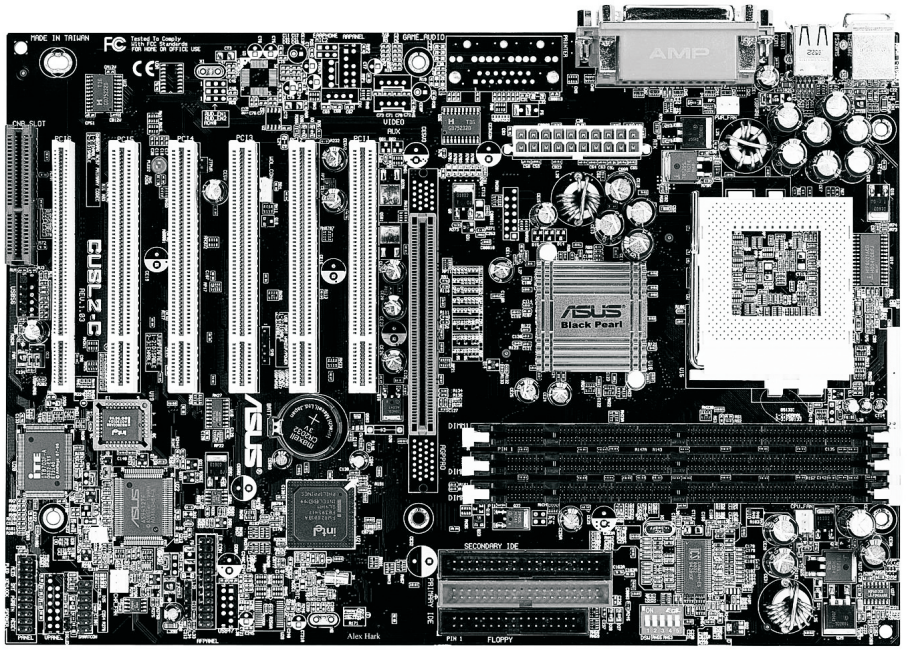
5. Пропаганда Фаланстера

Приложение

Или другая временная таблица Плана (по ключевым точкам):

Задача	Кто	Дата 1	Дата 2	Дата 3	Дата 4	Дата проведения акции	Дата рефлексии	Комментарий
Нарисовать макет плаката			20.02.2010			28.02.2010	01.03.2010	Сделано вовремя
Купить ткань для плаката		15.02.2010						Задержано на 2 дня, не критично. Причина: поиск дешёвого варианта.
Нанести изображение				25.02.2010				
Обшить баннер и проверить место установки				25.02.2010				
Установить его на месте проведения					За три часа часа до начала			

Вариантов таблиц может быть множество.



1. Организация

1. Что такое организация
2. Принципы
3. Субординация
4. Самоорганизация
5. Ситуационизм
6. Создание ячейки
7. Сообщество и документооборот
8. Психо
9. Видение будущего

Что такое организация

Организация - это объединение людей и ресурсов для достижения поставленной цели.

Цель Фаланстера – изменить правила жизни общества, политического и экономического уклада. Создать новое **сообщество**, гибкое и динамичное.

Ближайшие задачи Фаланстера:

1. Накопление ресурсов: интеллектуальных (новые знания), организационных (люди, финансы, связи).
2. Реализация проектов полезных для общества.
3. Привлечение большого количества симпатизирующих нашему начинанию.

Генеральная линия - это стратегия, которая определяет, как действовать Организации в конкретный период для достижения её целей.

Что делать, когда ты пришёл в Организацию?

Если ты решил(а), что организация - это то место, где тебе интересно, ты хочешь работать в команде, быть в ответе за товарища, делать общее дело, развивать себя и других, то будь готов(а) принять правила, по которым работает наша Организация.

Чем занимается Организация?

Люди в Организации реализуют различные акции и проекты: Дворовый Турнир, Кинобункер, Пошук, журнал Забей!Инфо, Библиотека и т.д.

Есть ряд потенциальных направлений, которые интересны Фаланстеру:

- спорт (городское ориентирование, хапун, дворовый турнир),
- искусство (выставки, кружки, кинобункер, музыка),
- право (изучаем родное право и зарубежное),
- история (изучаем историю Беларуси и мира),
- медиа (издание журнала, подкастов),
- библиотека (создаём медиа- и книгохранилище, а также формируем базу знаний, презентация писателей, философов),
- техника (изучаем технические основы любой деятельности – машины, компьютеры, монтаж),
- пропаганда (отдел продвижения Фаланстера).

Пример плана акции. (Проект строится по похожему принципу):

Задача	Кто?	Дедлайн (срок)	Статус и комментарий (сделано, не сделано, в процессе, переосмысляется)
Составление плана			
Орг собрание 1 1. Презентация цели и задач акции 2. Определение роли 1, 2, 3 3. Определение сроков 4. 5.			
Раелизация подготовительных задач: 1. Составление рекламы (буклет) 2. Покупка бумаги 3. Распечатка рекламы 4. Распространение буклета 5. ... N.			
Проведение акции 1. Встреча участников 2. Презентация клуба 3. ... 4. Уборка места проведения			
Рефлексия 1. Проведение анкетирования участников 2. Проведение анкетирования других организаторов 3. Индивидуальный анализ			

Само собой, если задачи не выполняются другими “активистами”, вам придётся их делать самим или отказаться от них вовсе. Но лучше в начале оценить силы и вашу волю.

Приложение

Ссылки

Организация
http://altruism.ru/sengine.cgi/13/41 - Очерки неформальной социотехники

Социальная инженерия
http://si-blog.info/ - блог по социоинженерии

PR, пропаганда, реклама
http://ru.wikipedia.org/wiki/Связи_с_общественностью

http://ru.wikipedia.org/wiki/Пропаганда

http://ru.wikipedia.org/wiki/Реклама

Как правильно составлять пароли - http://akak.ru/recipes/4330-kak-pravilno-sostavit-svoy-parol

Проверка качества паролей - http://www.passwordmeter.com/

Использование прокси-сервера - http://compfaq.ru/Question.aspx?id=87a721a3-44cf-44f7-b4ed-b965326179b4

Настройка прокси-сервера - http://www.proxyway.org/ или
https://secretsline.biz/en/pages/configure-proxy/

Шифрование данных (файлы, диски) -
http://pgp.ua/articles/4--pgp/21-shifrovanie-diskov-s-pomoschju-pgp-pgp-diski.html
http://www.gloffs.com/pgp.htm

Юридический ликбез
Конституция РБ: http://www.belarus.net/conendru.htm
Книга: Вл. Альбрехт. Как быть свидетелем. Как вести себя на обыске. http://www.e-reading.org.ua/book.php?book=137026

Все перечисленные направления могут быть в активном статусе или нет.

Помни!

Если начал дело, то делай его до намеченного результата.

Результат– быть лучшими!

Принципы

I. Участие.

Только тот, кто участвует - принимает решения.

II. Инициативность.

Любые предложения нужно подкреплять готовностью их делать. Предлагай! Объясняй! Делай! Товарищи помогут.

III. Ориентир - Люди.

Мы работаем не со стенами или столбами, а с людьми. С людьми в организации и вне организации. Задача – привлечь к себе как можно больше людей.

IV. Дисциплина и Ответственность.

Персональная ответственность каждого перед товарищем и группой за поставленную задачу.

V. Командный интерес.

В организации - прежде всего интересы организации. Организация защищает интересы своих членов перед другими организациями (в том числе государством) и недружественными людьми. Изменники или люди, пришедшие решать только свою личную цель, изгоняются.

VI. Альтернативность.

Главное в деле - нетипичный подход, креативность, неординарность, эпатаж, новые ценности.

VII. Солидарность.

Вместе легче решить сложные проблемы и достичь цели. Каждый активист Фаланстера ответственен за товарища и готов помочь.

VIII. Самоотверженность.

Каждый участник должен чем-то делиться с организацией и не имеет право требовать ничего взамен, кроме признания своего таланта.

IX. Действие.

Бездействие – хуже врага.

X. Актуальность и Символизм.

Каждое действие должно быть мотивировано решением определённой задачи Фаланстера или вызовом времени.

XI. Активность и Напор.

Любая задача решается только благодаря постоянному и упорному стремлению получить результат (что такое результат см. выше).

XII. Опора на собственные силы.

Никто за нас не сделает нашу работу. Только мы сами сможем обустроить своё общество, как того хотим. Другие могут лишь помочь.

Субординация

Субординация - это распределение ответственности внутри организации.

За проекты отвечают Координаторы. Координаторы могут иметь помощников и круг активистов, которые занимаются реализацией конкретных дел в проекте. Также всегда есть круг волонтёров, которые время от времени уделяют свои силы проектам организации.

В схему субординации не входит круг симпатизирующих, однако, он не менее важен для нас.

Координатор – помощник координатора - активист – волонтёр

Как правило самая большая ответственность у координатора.

Самая малая - у волонтёра.

Каналы коммуникации

Как говорили немного выше, необходимо чётко определить действенный канал коммуникации.

Наименее эффективные каналы сейчас:

1. Раздача газет на улице.
2. Раскидывание объявлений по ящикам.

Другими словами, способы, которые не предполагают контакта с целевой аудиторией, наименее эффективны.

Наиболее эффективные каналы (опять же многое зависит от задачи):

1. Живое общение с целевой аудиторией.
2. Дополнение общения бумажным информационным материалом (буклет, листовка, визитка)
3. Постоянное общение он-лайн в местах целевой аудитории.
4. Наглядные средства, плакаты (лучше всего рукотворные или хорошо смонтированное фото)
5. Аватары, баннеры на мероприятиях

Подводные камни интернета:

1. Нет непосредственного контакта
2. Информационный шум
3. Слабая рефлексия

Что лучше говорить?

1. Очертания будущего – что мы хотим
2. Говорить о примерах из реальной позитивной практики организации
3. Провокационные и неоднозначные факты.

Основные критерии – ясность, внятность и простота

Что лучше не говорить ?

1. Вдаваться в детали
2. Рассказывать о проблемах

Эти уровни информации актуальны для активистов или уже вовлечённых волонтёров в процесс. Простым людям нужно минимум напряжения и максимум простых инструкций.

Любой лозунг (слоган) стимулирует наше внимание, интерес, желание и, наконец, самое важное Действие. Если вы смогли составить лозунг, даже субъективно отвечающий этим трём стимулам, то он скорее всего будет работать.

Например, лозунг:
DIY! Футбол! Порядок!

Три слова ёмко выражают позицию, предмет и следствие нашего футбольного проекта.

4. Выбор каналов и средств передачи информации

Важно определиться сколько людей мы готовы опросить, проинформировать, мотивировать. После необходимо провести оценку ресурсов (бюджет, волонтёры, активисты). Далее важно понимать, насколько доступна наша аудитория с нашими возможностями (её география и мобильность). И самое важное - выбор средства коммуникации. Что будет самым эффективным: социальная сеть, радио, телевидение, листовка, газета и т.д.

5. Разработка плана и составление схемы затрат

Смотрите приложение

6. Реализация плана

Действие согласно плану - это не просто алгоритм, а постоянный контакт с активистами, волонтёрами и активными представителями целевой аудитории. Получение обратной связи и коррекция в процессе реализации.

7. Рефлексия (анализ эффекта PR)

В PR можно выделять план максимум и минимум, т.к. эта сфера наиболее экспериментальная из всех форм. Поэтому нужно проводить оценку как максимума, так и минимума.

Так же отдельно стоит отрефлексировать:
1. Ошибки, используя схему: причина – ошибка – возможные решения.
2. Новации, которые удалось реализовать по схеме: предыстория – новация – как её можно развить.

Как правило, рефлексия приходится на тот момент, когда сил минимум. Поэтому рассчитывайте нагрузку так, чтобы было время и возможность для разбора проделанной работы

Субординация – это один из важнейших моментов в принятии решения. Она описывает, кто и на каком уровне принимает решения. Все роли подвижны и зависят от активности каждого участника и генеральной линии Организации. Любой может из волонтера вырасти в координаторы и наоборот.

Помни!
За каждое решение отвечает ТОЛЬКО один человек.
Два человека не могут отвечать за одну и ту же задачу, акцию, проект и т.д.

Самоорганизация

Самоорганизация – это хорошо структурированная группа людей, где вас не заставляют, а вы сами желаете и осуществляете цели Организации.

В группе из двух человек появляется лидер. В группе из десяти - их несколько. Все происходит через действия лидеров, которые первыми находят способ решения, готовы его претворять в жизнь и отвечать за все результаты, в том числе и негативные (неудовлетворительные, последствия). Организация структурирует ресурс, позволяет более эффективно его направить на достижение своей цели, а также решение задач общества.

Помни!
Универсальный принцип организации:
только тот, кто участвует – принимает решение.

Ситуационизм

Положение дел требует быстрого решения той или иной задачи. Кто сегодня был лидером, завтра может быть простым человеком, и наоборот. Каждая проблемная ситуация требует наличия определённых качеств у людей её решающих. Есть люди разносторонние и активные. Они часто бывают лидерами продолжительное время. Но, как правило, рано или поздно всё меняется.

Ситуационизм – это внутренняя стратегия организации, предлагающая действовать согласно сложившимся условиям, а не догмам. Таким же способом выбирать инструменты решения задачи. Другими словами - постоянно учиться.

Ситуационизм - это **не** мягкость к принципам и флюгерство во внешней деятельности и проектах.

Ситуационизм – гибкое поведение относительно ресурсов Организации, знаний о ней и стоящей задаче.

Создание ячейки

Если ты разделяешь принципы Организации и находишься достаточно далеко от Центра, то есть смысл создавать ячейку. Ячейка Огранизации может иметь любую структуру, но важно, чтобы в ней был ответственный человек за связь с Центром.

Для создания ячейки необходимо:

1. Быть в Организации.
2. Действовать согласно принципам Организации.
3. Показать примеры активности в Организации.
4. Взять на себя смелость и ответственность за создание ячейки.

Сообщество и документооборот

Основным источником информации о деятельности организации является её сайт.

Документооборот осуществляется через Google Documents.

Общение - через скайп, гугл-группу.

Также см. раздел “Защита информации”.

5. Разработка плана и составление схемы затрат
6. Реализация плана
7. Рефлексия (анализ эффекта)

1. Определение потребностей Фаланстера в PR

Прежде всего PR необходим:
- для понимания общественностью целей и задач
- установления связей с нужными людьми
- увеличения количества активистов и волонтёров
- для углубления участия организации в принятии решений (на все уровнях общества)

2. Определение целей PR и целевых групп

Самые очевидные цели – это информирование, мотивации, привлечение к деятельности целевой аудитории. Целевыми группами могут быть:
А) молодые радикальные писатели, поэты
В) журналисты-фрилансеры
Б) юристы-ревизионисты
Г) некорпоративное IT-сообщество
Д) альтернативные философы, социологи, историки
Е) лидеры среды (музыкальное, футбольное фандвижение)
Ё) неформальные менеджеры, педагоги – экспериментаторы социотехники
Ж) политизированные музыканты, художники
З) начинающие графики, дизайнеры
И) начинающие лингвисты
К) пассионарная рабочая молодёжь
Это те люди, на которых прежде всего нужно нацеливать пропаганду и рекламу Организации.

3. Разработка ключевых информационных сообщений (слоганов, лозунгов)

Приведём основные критерии этих информационных сообщений:
- Краткость
- Вызывает доверие
- Важное и убедительное для целевой группы
- Показывает уникальность Фаланстера
- Понятное для целевой группы
- Эмоциональное (слоган работает на эмоции)
- Целевое (т.е. необходимо чётко понимать, кому оно адресовано)

Понятия

Основная цель пропаганды - это распространение информации о деятельности, целях и ценностях Фаланстера

Пропаганда – это распространение необходимой информации для получения в обществе или целевой аудитории необходимой реакции. Близкое ей понятие PR (public relation) немного шире. PR – это комплекс действий, протяжённых во времени и направленных на создание, поддержание или изменение ценностей общества (необходимой группы) на ценности организации. Реклама – важнейший инструмент PR или пропаганды, главная цель которого – создание необходимого устойчивого образа Организации.

Например, наша задача привлечь в организацию горных туристов. PR – это стратегия. Пропаганда – это ценностное содержимое стратегии. Реклама – это листовки, фото, видео, где горные туристы показаны как главные действующие лица.

Рой событий

Это множество потенциальных мест и событий, где возможно проводить PR организации. При этом следует:

1. Чётко анализировать вероятную аудиторию события;
2. Подбирать информационное сообщение под эту аудиторию;
3. Следовать схеме работы с общественностью гибко и оперативно.

Самое главное - составить график мероприятий, потенциально интересных Фаланстеру, и максимально осуществлять интенсивную интервенцию.

Для подготовки PR-акции нужно 2-3 дня.

Лучше когда на месте или в событии есть знакомые организаторы или лидеры среды среди посетителей.

PR

Схема организации работы с общественностью имеет структуру во многом похожую на реализацию любой акции или проекта (смотри второй раздел):

1. Определение потребностей Фаланстера в PR
2. Определение целей PR и целевых групп
3. Разработка ключевых информационных сообщений (слоганов, лозунгов)
4. Выбор каналов и средств передачи информации

Психо

В Организации могут возникать конфликты.

Может ли быть конфликт личного и организации?

Нет. Но он может часто подменятся шантажом одного из уставших участников.

Отношения в неформальной организации редко бывают только «по делу». Часто люди находят свою любовь или просто хорошего друга. Из-за этого в последствии может возникать множество конфликтов. Ревность, зависть, обиды, непонимания, конкуренция за лидерство и т.д.

Всегда нужно помнить основной мотив вхождения в организацию – это прежде всего работа в команде, направленная на реализацию цели организации.

Бывает, что конфликт всё же имеет место. Как его решать:

1. Нужно обязательно вне проектов встретиться с человеком и пообщаться. Таким образом может многое решиться.

2. Если не получается примирение, то нужно сделать паузу. Возможно, приостановить своё участие в организации и обдумать приоритеты.

3. Если кажется, что конфликт касается не только личных взаимоотношений, но и правил работы в организации, его обязательно нужно поднять на ближайшем собрании или раньше. Есть большая вероятность, что при заинтересованности сторон спор или непонимание будет решено и дело пойдёт эффективнее.

4. Если конфликт у большинства случается с одним человеком постоянно, значит ему стоит уйти. Это крайняя мера, но она будет на пользу многим.

5. Все возникшие конфликты, нужно всегда решать внутри Организации, не выносить их на суд посторонних, тем более не сплетничать. Сплетники и интриганы изгоняются из организации.

В любой организации категории: «я хочу», «мне нравиться/не нравиться», «неприятно», «ай» - это деструктивная позиция. Учитесь обосновывать все ваши часто справедливые чувства и мысли: “Нужно сделать так, потому что первое, второе, третье… ?!”, “Я считаю, что правила нужно изменить, и привожу следующие доводы…”. Чувства, подкрепленные логическим обоснованием, будут выслушаны.

Рефлексия в организации

Когда вы начинаете делать первые шаги в коллективе, то всегда общайтесь с соратниками, спрашивайте их мнения о прошедшем мероприятии, проделанной работе. Поступайте так всегда, даже когда чувствуете, что всё понимаете.

Конструктивная критика – это ценное ресурс организации. Объясняйте, почему что-то стоит менять, что-то стоит оставлять.

Если критика касается качеств человека, критикуйте только «один на один». Если критика касается работы Организации, поднимайте вопросы на встрече. Быть хорошим человеком недостаточно, чтобы быть хорошим активистом.

Обсуждение проведённых мероприятий за месяц, неделю – должно стать правилом!

Без рефлексии разваливается любая организация. Поэтому считайте своим долгом высказаться перед товарищами.

Другие сложности в Организации.

1. Трудно вписаться в коллектив

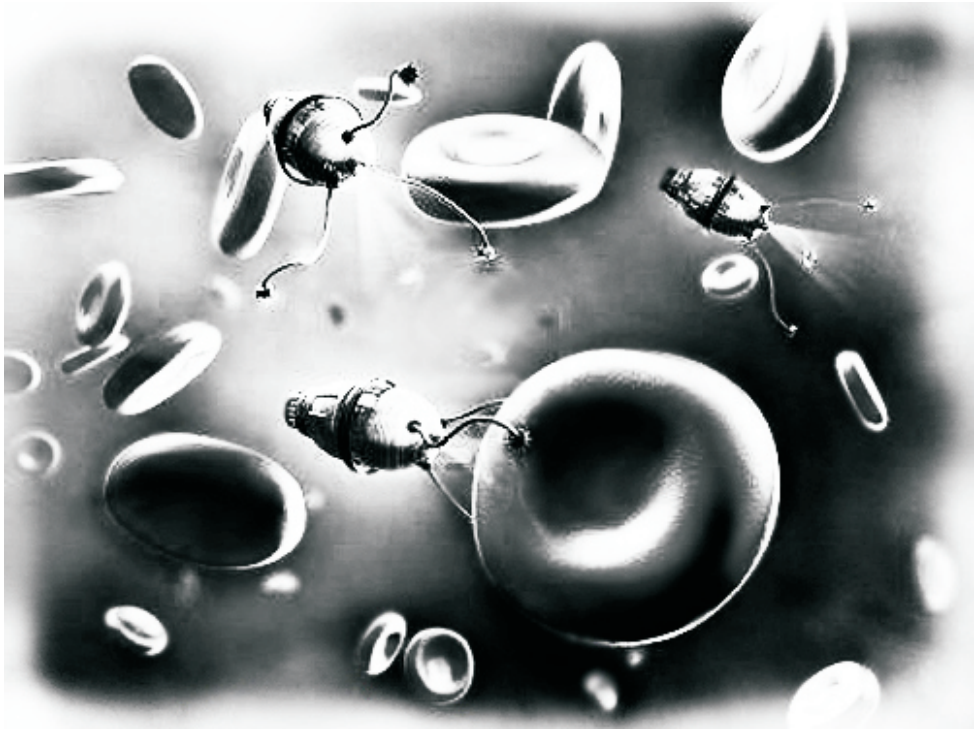
Определите задачи, которые вам интересны. Узнайте, кто их координирует. Труд не только освобождает, но и сближает людей.

2. “Стало скучно”

Значит наступило первое разочарование в Коллективе. Наконец-то, вы немного вписались в команду. С первого подобного кризиса обычно начинается продолжительная плодотворная деятельность. Проще всего покинуть Организацию и искать что-то другое. Но! Попробуйте показать пример того, как должно быть на ваш взгляд. Предложите товарищу новую акцию, проект. Если никто не понимает - значит, плохо объясняете. Объясните его своим поступком.

3. “Не понимаю, зачем это делать?”

Спросите у координатора о цели и задачах. Если он плохо объяснил, встретьтесь отдельно, приготовьте точные вопросы. Если после нескольких попыток всё равно осталась неясность - спроси у товарища.



5. Пропаганда Фаланстера

1. Понятия
2. Рой событий
3. PR
4. Каналы коммуникации
5. Что лучше говорить?
6. Что лучше не говорить?

просят сообщить данные или прийти на встречу;
3. вас могут пригласить на важную встречу или сказать, что вы выиграли приз;
4. вам говорят о чём-то очень подробно, а вы лишь дополняете сказанное словом или кивком (да/нет). Часто этого достаточно;
5. приходит реклама на мобильник, где просят ввести на третьем шаге ваш пин-код от телефона или пароль от почты;
6. вас просят пройти по ссылке, адрес которой очень похож на адрес профиля в социальной сети или почтового сервера с идентичным дизайном;
7. вы открываете в письме файл с интригующим названием от давней подружки про свою теперешнюю;
8. провоцируется ситуация, когда жертва сама обращается за помощью к злоумышленнику. Например, нужно переставить Windows на компьютере. Вызывается помочь малознакомый человек, который использует ваш компьютер в своих целях, пока вы нарезаете ему (ей!!!) бутерброды;
9. шантаж, игра на чувствах и т. д.

Основной смысл всех вышеперечисленных способов - **за техникой (машиной) стоит человек.**

А теперь самое главное…
Вы хотели услышать здесь как:

1. использовать прокси-сервер;
2. правильно составлять пароли;
3. шифровать данные (файлы, диски);
4. устанавливать антивирусы и фаерволы;
5. создавать защищённые хранилища;
6. использовать засекреченные сети и т. д.

Все необходимые пакеты программ будут устанавливаться, а инструкции даваться каждому по необходимости. Ссылки, где можно получить полезную информацию, смотрите в конце Помощника.

Видение будущего

Какие мотивы могут двигать каждым активистом организации? Чем можно привлечь новых активистов и волонтёров?

Цели:

Переустройство общества (в частности) и мира (в целом).

Мировое господство.

Максимум власти над людьми в стране.

Полное доминирование в общественной жизни молодёжи.

Мощный коллектив в литературной, культурно-эстетической, спортивной сфере.

Сильная организация, возможность влиять на решения госорганов.

Известность и заметность.

Чтобы люди начали думать.

Сделать революцию.

Свобода.

Тотальное господства на земле.

Стать реально заметной инициативой и на порядок более качественной организацией, чем “официально признанные” ныне.

Заложить основы нового ведущего **сообщества** в регионе.

Достижения поставленных целей и задач:

Создание альтернативной площадки для белорусской молодёжи.

Обмен и накопление опыта. Создание концепций, методов, стилей.

Реализации глобальной цели посредством самореализации каждого.

Шанс каждого активиста приложить руку к достижению цели.

Достижение поставленных задач.

Проявления себя (своих способностей и талантов).

Лидеры среди лидеров.

Социальные и политические изменения.

Воздействие на общество.

Объединение людей, способных создавать и действовать.

Создание условий, позволяющих прийти к цели Организации.

2. Акции и проекты

1. Что такое проект (акция)?
2. Как организовать акцию, проект?
3. Что значит эффект от акции (проекта)?
- Жизненные циклы проекта.
- 10 мелочей, которые нужно учесть,
когда участвуешь в организации мероприятия

нужно передать важную фотографию. Лучше перекинуть её через скайп, чем использовать e-mail. Или если вы хотите передать важную, но не оперативную информацию, лучше встретиться лично. Оперативную и конфиденциальную информацию лучше сообщить через чужой телефон.

3. Крипто-защиту информации (шифрование) используйте только в случаях, когда без неё невозможно обойтись, потому что излишние нагромождения шифрующих-прячущих программ забирают слишком много вашего времени: не всегда сторона, принимающая файлы, столь же подготовлена, как вы (поэтому заранее её готовьте). Кроме того, шифрованные файлы притягивают внимание злоумышленников.

Помните!
Своевременные действия по устранению угрозы безопасности
могут полностью ликвидировать слабые места
и дать приготовиться коллективу к противостоянию.
Вот пример, когда нужно оперативно действовать.
Вы заметили, что один человек,
который явно не занимается делами Организации,
всё время о них спрашивает,
в тоже время не вовлекается никаким образом.
Значит, перед важной акцией нужно оперативно уменьшить
или даже прекратить общение с ним. Тем не менее, цикличность в вашем
поведении может натолкнуть злоумышленника на мысль, что его раскрыли.

Помните!
Лучше позвонить, чем написать смс-сообщение

Социальная инженерия

Социальная инженерия - это набор методов управления действиями человека, основывающийся на знании психологии и поведения людей. Сегодня - это самый результативный, универсальный и действенный способ информационной атаки. Ему столько же лет, сколько и человечеству.
Вот ряд самых популярных способов получения нужной информации злоумышленниками (паролей, адресов, вещей и т. п.):
1. о вас знают немного, но, внушив доверие при разговоре, получают недостающую информацию;
2. вам звонят и представляются авторитетной конторой (техподдержкой, сантехниками, ЖЭС, пожарниками, социальной службой, горисполкомом, КГБ и т.п.),

информации. Он подразумевает выход в прямое противодействие источнику угрозы. Опасен тем, что очень легко сказать (написать, показать) одно ненужное слово и шум будет обнаружен или в вашем шуме проскользнёт всё же важная информация.

3. **Публичное общение** – поднять вопрос об источнике угрозы, немедленно обсудить эту угрозу в группе с товарищами по Организации. Этот способ используется, если вы точно уверены в том, что человек создаёт опасность. Важно взвешено подойти к этому способу: можно случайно или преднамеренно оклеветать человека.

Если выясниться преднамеренность клеветы, то активист будет изгнан из Организации!

Помните!
Ложную информацию лучше не говорить.
В ней легко ошибиться самому и навлечь подозрения на других.

Помните!
Большая часть информации получается невербальным путем.
Т.е. получение информации происходит
не через понимание «что вы говорите»,
а - внимание! - **«как вы говорите, пишите и т. д.»**.
Поэтому контакт с противником, если он сильнее,
стоит ограничить или прекратить вовсе
(например, допрос по какому-либо уголовному делу
или при общении со слишком навязчивым человеком).

Слабые места

Есть чувствительная к угрозам информация. Для того, чтобы минимизировать угрозу используйте три правила неразглашения:

1. Имена, места, контакты, краткое или детальное описание темы встречи лучше не говорить по телефону, скайпу, ICQ и т. п. Если важно, используйте сравнение.

2. Информация по возрастанию сложности отслеживания: (проще всего отслеживать) текст - графика - аудио - видео - реал (труднее всего отслеживать). Все способы имеют как плюсы, так и минусы. Но, как правило, самый простой и самый сложный способы передачи данных самые уязвимые. Держитесь золотой середины. Например, Вам ать

Когда нужно рассуждать, а когда действовать?
Думать и рассуждать нужно до того, как начали что-либо делать. Это простое правило часто выпадает. В деятельности оно проявляется чаще всего в сомнениях: стоит акция того или нет? Если пришли на акцию, мероприятие, выкладывайтесь на 200%. Сделайте так, чтобы не было стыдно перед собой, а другие, чтобы восхищались.

Что такое проект (акция)?

Акция - это разовое мероприятие, направленное на достижение цели Организации.
Проект – это ряд акций.

“У меня куча предложений по более эффективной работе?”
Никогда не бойтесь предлагать, даже самые «бредовые» мысли. Их в любом случае рассмотрят: если они будут актуальны и эффективны, то скорее всего будут приняты в пользу общему делу.

С чего начать акцию, проект?
Определить:
1. Зачем она организации?
2. Зачем она вам?

Если вы определились и считаете, что в акции, проекте есть смысл - поделитесь с друзьями, расскажите на собрании.

Как организовать акцию, проект?

Организация акции (проекта) состоит из последовательности действий. Типично они выглядят следующим образом:

Словесное оформление идеи акции
Написать основной смысл акции как можно лаконичнее, но по делу. Цель акции должна быть осуществимой и конкретной. Например, очистить территорию парка, показать несостоятельность городской администрации и т.п. Как минимум это может быть текст на листовке или яркий и понятный слоган.

Нужна ли акция для Организации?
Важно сосредоточиться на тех мероприятиях, которые будут развивать Организацию и продвигать её к достижению глобальной цели в соответствии с генеральной линией.
Перед тем, как принять решение: проводить акцию или не проводить, нужно сделать базовое исследование и обосновать необходимость именно в такой акции.

Написание плана*
План - последовательность действий, которая приведёт к достижению поставленной цели. Другими словами, это набор задач, которые нужно выполнить, чтобы цель (идея) стала реальностью. В план стоит заложить риски, которые могут возникнуть при осуществлении плана. Особенно в кульминационный момент акции. В плане должны быть указаны точная дата, место, время, аудитория, необходимые исполнители.

Сбор ресурсов (людских, финансовых, временных)
Для реализации любого плана нужно собрать ресурсы (деньги, материалы), подготовить товарищей.

Выполнение плана
Самый важный пункт в выполнении плана – это сама акция. Качественное выполнение всех предыдущих пунктов во многом закладывает успех акции.

Анализ проделанного плана
После того, как дело сделано, не стоит расслабляться. Нужно оценить: всего ли смогли достичь? Что было причиной того, чего достичь не удалось? Что было не запланировано, но достигнуто? Какие идеи возникли во время акции по её усовершенствованию?
Эти вопросы требуют ответов при подведении итогов.

Придерживаясь этой простой схемы, можно достичь цели и выполнить большинство задач акции.

Помни!
Универсальный принцип Фаланстера:
Только тот, кто участвует – принимает решение.

Основные игроки в информационной безопасности

Это весь Фаланстер и другие люди. Перечислим тех, чьё поведение может быть причиной угрозы:
- болтливые, несдержанные в разговорах активисты;
- случайные прохожие в местах обсуждения дел Фаланстера (в кафе, метро, офисе и т.д.);
- враги Организации;
- невнимательное отношение активистов к хранению, переносу информационных носителей (например, спешил, забыл флешку у знакомого в компьютере или потерял её. На флешке была информация для пользования внутри организации. Другой пример: вывесил на рабочем столе ярлыки файлов, читать которые можно только выполняющему задачу);
- фантазёры и распространители слухов.

Осознавая наличие таких неблагонадёжных людей в Организации или рядом с Организацией, мы можем предотвратить ситуацию, когда произойдёт нежелательное действие.

Среди «других людей» бывают следующие информационные раздражители:
- нейтральные (случайные прохожие);
- агрессивные (спецслужбы, другие организации).

Как действовать?

Когда мы определили, кто является причиной угрозы, знаем его цель и способы, которыми злоумышленник пытается навредить, нужно начинать контрдействия.

Самые простые способы информационных контратак:

1. Если вы слабее противника. **Информационная пустота** – это значит скрыть все источники информации и полностью исключить возможность для атакующего заполучить необходимые данные. Например, если вы подозреваете одного из «симпатизирующих» Организации, просто перестаньте делиться с ним делами Организации. При подозрении, что ваш ящик кто-то может просматривать - смените пароль.

2. Если вы сильнее противника. **Информационный шум (опасно)** – это более активный ход. Создание потока незначительной, общеизвестной, устаревшей и т. п.

Уровни информации и причины угроз безопасности

В Организации постоянно происходит обмен информацией: мы встречаемся, общаемся, созваниваемся, раздаём листовки, распространяем информацию через сайт и т. д. Все типы общения активистов и составляют информационное поле Организации. Его можно изобразить в виде круга, который обозначает множество людей, что-либо знающих о Фаланстере.
Более детально информацию можно представить в виде пяти концентрических окружностей – это уровни информации в Организации:

1. координаторы;
2. помощники координаторов;
3. активисты;
4. волонтёры;
5. остальные.

Если выделить множество задач в организации, то информация по людям распределяется в виде таких кругов :
- выполняемая задача;
- выполняемый проект;
- для всех активистов Фаланстера;
- для всех остальных.

Некоторые круги могут пересекаться. Это значит всю детальную информацию о задаче могут не знать волонтёры, активисты, не решающие задачу. В случаях, требующих чёткого выполнения задачи, эта схема позволяет избегать путаницы.
Уровни информационных потоков обеспечивают функционирование Организации. Подмена или искажение информации на любом уровне создаёт угрозу для Организации.

Причины возникновения угроз информационной безопасности:
- внутренний конфликт;
- неясность задачи;
- сплетни;
- сознательное искажение информации;
- невнимательное прослушивание;
- негативное отношение к Организации.

Помните!
Защита информации – это изучение источника угроз.

Что значит эффект от акции (проекта)?

Как минимум, *эффект* - это получение знаний и опыта организаторами. Максимум - это достижение поставленной цели проекта (она также может быть максимум и минимум). Всегда анализируйте проведённое мероприятие. Лист бумаги делите на две части: в одной пишите - позитив, во второй - негатив. Думайте, как устранить негатив, и как увеличить позитив. Сделайте это простое действие своим правилом.

Жизненные циклы проекта

1. Формирование идеи, написание плана, сбор ресурсов
2. Реализация – первый цикл
3. Повторение – второй цикл
4. N-повторение (как правило, у хороших проектов 3-4 цикла)
5. Упадок
6. Переосмысление или преобразование. Привнесение нового смысла, изменение способа действия. (возможно при хорошей подготовке организаторов).

Если вы чувствуете, что проект, в котором вы принимаете участие, не приносит ожидаемых плодов (достижения задачи, цели, получения знания, социального эффекта), значит его нужно:
1. Обновить - предложить, что можно исключить, добавить, изменить.
2. Прекратить (предварительно проанализировав, почему стоит отказаться)

Когда не стоит опускать руки!

Если вы попробовали в организации поучаствовать в нескольких проектах и почувствовали, что это не ваше - не делайте поспешных выводов. Подумайте, что и почему не понравилось? Какие ошибки были допущены? Подумайте, как их исправить и сделать лучше? Возможно у вас в голове созрел план новой акции или проекта? Делитесь им. Смелее!

10 мелочей, которые важно учесть, когда участвуешь в организации мероприятия

1. Заряди телефон.
2. Если задерживаешься на встречу, обязательно до ее начала предупреди координатора.
3. Когда что-то не получается или затягивается – не отчаивайся, проси помощи у товарища и сообщай координатору.
4. Если ошибся, не оправдывайся, но объясни, почему ошибся и что стоит сделать, чтобы исправить ситуацию оперативно.
5. Готовь вещи (инвентарь) вечером перед мероприятием, предварительно составив список необходимого.
6. На мероприятие лучше приходить за 20 минут до его начала. Это позволяет осмотреться, остыть и более трезво взглянуть на ситуацию.
7. Все ценные мысли записывай, делись с Организацией. Их можно будет опробовать.
8. Если имеешь дело с листовками, газетами, незнакомыми словами перед раздачей обязательно ознакомься с их содержанием. Если не успеваешь - спроси товарища.
9. Если не знаешь, что ответить на вопрос постороннего, никогда не игнорируй его, направляй к координатору. Если разговор происходит по телефону, не торопись, скажи, что ответ дашь чуть позже, и перезвони координатору.
10. Когда уже включился в мероприятие, замени свою амбицию, на амбицию Коллектива, на стремление к результату, над которым работает Коллектив. Только в этом случае команда станет непобедимой и достигнет больших успехов (своих целей).

***Приложение**
Пример плана акции. (Проект строится по похожему принципу).

Самое слабое звено

Основная ошибка защиты информации - это сам принцип защиты. Самая знаменитая крепость Троя пала не из-за того, что у нее были плохие стены, а из-за людских предрассудков, стереотипов, беспечности и невнимательности.
Поэтому информационная безопасность Фаланстера – это получение максимальных сведений о нападающем: о том, кто хочет получить информацию, понимание его цели, оценка собственных возможностей, и после – информационная контратака.
В коллективе информационная безопасность зависит от каждого активиста. Её уровень находиться на уровне «самого слабого звена».

Задача этого раздела поднять уровень знаний у всех активистов для ликвидации “слабых звеньев” защиты.

Если учитывать развитие современных технологий передачи информации, можно выделить следующие способы: реал, интернет, книги, бумажные письма, устная передача данных, жесты, графические изображения и т. д. Ниже будут приведены основные принципы для всех способов передачи информации.

Принципы информационной безопасности

- Максимальное общение внутри Организации.
- Ясность задачи, мероприятия и т. п.: когда ясно зачем, тогда становится понятно, что нужно говорить, а что не нужно.
- Знание основных угроз, т. е.:

1. мест, через которые может возникнуть угроза;
2. самих субъектов угроз.

- Использование ситуационных средств обеспечения безопасной передачи информации (например, шифрование).
- Активная позиция каждого участника Организации.

4. Информационная безопасность

1. Самое слабое звено
2. Принципы информационной безопасности
3. Уровни информации и причины угроз безопасности
4. Основные игроки
5. Как действовать?
6. Слабые места
7. Социальная инженерия

3. Юридический ликбез

1. Когда и зачем нужно знать юридическую часть?
2. Какие модели поведения возможны?
3. Основные игроки в юридической ситуации
4. Типовые Вопросы-Ответы
5. Поведение при задержании
6. Допрос и Протокол

Когда и зачем нужно знать юридическую часть?

Юридическое взаимодействие возникает, когда мы начинаем общаться с государством, **которое:**
1. бюрократично,
2. срастило юриспруденцию - защиту, обвинение и организационную документацию,
3. не любит то, что неконтролируемо.

Что значит «юридическое» взаимодействие?
Прежде всего такие взаимоотношения состоят из защиты и обвинения. Всегда кто-то нарушает правила, которые придумал сильнейший (в нашем случае это государство). Эти правила могут быть полезны обществу или узкой группе. Всё чаще и чаще практикуется принятие законов, помогающее узкой группе - приближенным к Администрации президента или доходным отраслям, контролируемых государством и ТНК. Важно понимать, что правила сегодняшнего государства стары и их нужно менять. Фундаментально.
Но сейчас мы не имеем сил, чтобы взять и разом их изменить. Поэтому пока мы действуем в существующей правовой системе.
Для того, чтобы начать изменять эти правила, нужно осознать себя равным во взаимодействии с государством. Можем быть не правы мы, а может быть и государство. Все равны.
Сегодня государство - это не более, чем корпорация старых кланов.
В деятельности важно понимать: когда мы мешаем только государству, но не мешаем людям, значит мы делаем всё верно. И придётся отстаивать нашу позицию, которая скорее всего вызовет нервную реакцию у государства.
Если принципы, по которым мы действуем, поддерживаются людьми или не вызывают у них отторжения, нужно противостоять тому, кто противодействует этим принципам. Это делать нелегко.

Какие модели поведения возможны?

Вы можете вести себя согласно:
- писаному закону (если чувствуете, что знаете его и готовы стоять на нём до конца),
- традиции (если ощущаете правила и архетипы поведения, менталитет),
- психологии поведения отдельных людей (если замечаете особенности характера и моторики контрагента),

Если считаете, что был нарушен порядок допроса или следователь превысил свои полномочия, не раздумывая можно:

1. написать жалобу начальнику РУВД;
2. написать жалобу прокурору;
3. подать иск (услуга платная).

***Приложение**
Контакты правозащитников и доступных адвокатов.

Поведение при задержании

- Узнать имена, фамилии, должности тех, кто задерживает и записать их.
- Сохранять спокойствие.
- Попытаться сделать так, чтобы мобильный телефон у вас оставался как можно дольше, и позвонить тому, кто на свободе и сможет задействовать общественность.
- Запишите себе в телефон контакт хотя бы одного правозащитника. Второй звонок по возможности сделайте ему.
- Не сопротивляйтесь операм при задержании: будет меньше физических и психических травм. Состояние аффекта в такой момент у всех.

Допрос и Протокол

1. Чем меньше информации вы скажете, тем меньше подставите под удар себя, товарищей и Организацию. Для этого используйте ст. 27 Конституции РБ, которая говорит о том, что никто не должен принуждаться к даче показаний и объяснений против самого себя, членов своей семьи, близких родственников. Доказательства, полученные с нарушением закона, не имеют юридической силы.

2. Если вас вызвали на допрос смело берите с собой законных представителей (адвоката, правозащитника или просто друга), можно несколько. (ст. 62 Конституции РБ).

3. Если следователь не пишет протокол, вы вообще можете ничего не говорить. Если же дело дошло до Протокола помните:
- Всегда просите занести вопрос в протокол и только после этого давайте на него ответ.
- Внимательно прочитайте все, что написано и только потом подписывайте, при этом обязательно на каждой странице.
- Все графы должны быть заполнены. Внимательно просмотрите, чтобы были записаны дата, время начала и окончания допроса.
- Всегда смело правьте всё, что не соответствует вашим словам, и ставьте подпись в этом месте. Вы имеете право собственноручно писать протокол.
- Все пустые места перечёркивайте (Z).
- Если вы не согласны с пунктами протоколов, пишите: «Не согласен(на) с приведённым в протоколе» и подписывайтесь. Лучше написать так и подписать, чем не подписать вовсе.

- ситуации (если знаете, причины, следствия и мотивы поведения всех субъектов события),
- интуиции (если вы достаточно опытны в экстремальных ситуациях).

В идеале нужно знать все пункты. Так будет проще разрешать юридически спорные ситуации.
На первый взгляд кажется, что юридическая информация может быть только защитной. Это не так! Нужно и нападать.

Защита:
Ваша символика зарегистрирована?
Ответ: Это не символика.
Что это тогда?
Ответ: Это знак турнира.

Нападение:
У вас есть разрешение на проведение турнира?
Ответ: Нужно разрешение, чтобы во дворе играть в футбол?

Основные игроки в юридической ситуации

Интересоваться деятельностью организации и задавать вопросы могут:
- участники мероприятия;
- случайные прохожие;
- пресса;
- милиция;
- люди в штатском;
- муниципальные власти, школьная администрация и т. д.

В каждом случае лучше применять определенную модель поведения. Это не значит , что нужно менять смысл, передаваемый в общении. Это значить нужно менять модель поведения (см. выше).

Типовые Вопросы-Ответы

Что это за листовки? Почему вы раздаёте листовки без выходных данных?
Ответ: Листовки - это не средство массовой информации, мы распространяем их для

того, чтобы участники мероприятия знали, чему оно посвящено. Держите, прочитайте их.

Что это за символ у вас?
(Когда задают такой вопрос нужно разделять в общении милицию, участников и т.д.)
Ответ: Это баннер сегодняшних игр, это знак литературных чтений и т. п.

У вас есть разрешение на расклейку афиш?
На расклейку объявлений разрешение не нужно.
или Разве нужно разрешение на расклейку объявлений?

Кто финансирует ваш турнир? Откуда деньги на проведение?
Люди, которые считают наши дела хорошими. Такие люди порой встречаются. Вы тоже можете внести сумму для нашего дела, если готовы.

У вас есть разрешение на проведение массового мероприятия?
Чтобы играть в футбол во дворе разрешение не нужно.
или
Чтобы играть в футбол во дворе нужно брать разрешение?

Кто организатор?
Мы организаторы.

Что за лозунг вы используете?
Заметьте, здесь не спрашивается, что он обозначает! А если не спрашивается, то не нужно и давать зацепку. Лучше ответить так:
“Мы не используем лозунг. Это не лозунг, это надпись на баннере”.

Зачем вам это нужно?
Через дела мы раскрываем себя и реализуемся как личности, как коллектив.

Пойдёмте с нами, напишите объяснительную, почему вы здесь собрались?
Такое предложение может поступить только от милиционера.
Обязательно нужно попросить, чтобы милиционер представился и показал удостоверение.
Взять ручку и блокнот, записать его ФИО и по возможности РУВД. Если нет блокнота, то можно записать смской и даже отправить ее надежному человеку.
Милиционер должен показать удостоверение.
Людей, которые не представились, игнорируйте и в это время связывайтесь с другими активистами и координаторами. Сообщайте, что записали в блокнот и отмечайте важные факты ситуации (фамилии, имена, время, телефоны).

Кто за вами мусор убирать будет?
Мы всегда сами за собой убираем мусор. Не беспокойтесь.

Кто вы?
Ответ незнакомцу: “А кто вы”?
Ответ участнику или лицу, которое участвует в акции: “Мы коллектив, который хочет менять существующий порядок дел”.

К чему вы призываете?
Ответ ситуационен. Нужно всегда перед акцией чётко знать, зачем она и к чему призывает.
Экстремальный ответ(может вызвать повышенную агрессию контрагентов):
“Мы ни к чему не призываем, а реализуем свое право на свободу мнений и их свободное выражение и свободу собраний, гарантированное нам конституцией РБ (ст. 33 и ст. 35 соответственно)”.
Можно ограничиться фразой: “Мы ни к чему не призываем”.

Как называется организация? На какой территории действует?
Если мероприятие проходит от МОО Фаланстер.
Ответ: “Молодёжное общественное объединение Фаланстер. Действует на территории города Минска”.
Если это другой проект, то ответ: “Мы не организации, мы волонтёры, которым важно сделать хорошее, полезное обществу дело”.

Какой у вас юридический адрес?
Попросить представиться (чиновник или милиция?). Если это представитель власти, отправить к координатору или помощнику координатора. Если не официальный, то нужно узнать, зачем спрашивает. И дать адрес если у него благие намерения.

Что у вас с выходными данными (на печатной продукции)?
На печатной продукции тиражом до 299 экземпляров выходные данные указывать не нужно. Если у вас на руках меньшее количество, то смело говорите, что это мы делаем как бюллетень на домашней технике.

Пойдёмте проверим вас на алкоголь?
Это может делать только милиция. Вообще пьяным быть не запрещено. Поэтому можешь не идти. Это провокация и достаточно примитивная. Если вы оказался в ситуации драки, то скорее всего задержат и сопротивляться бесполезно. Если ситуация позволяет и не подставляешь товарищей, можешь убегать.

Помни!
Записывай фамилии, имена, должности тех, кто тебя задерживает.