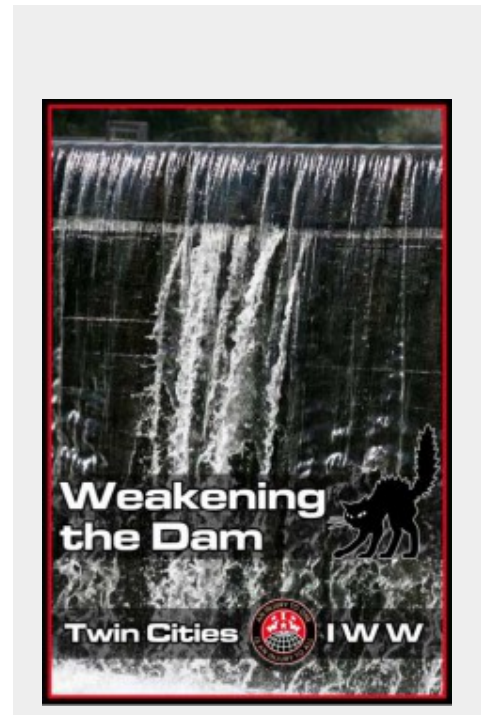


De dam ontwortelen

Door *Twin Cities IWW*

- Originele titel: Weakening the Dam
- Verschenen: 2011
- Bron: Organiseren om te winnen!, Vrije Bond België, 2016, p.53-p.70
- Vertaling: PP



De dam ontwortelen

Inleiding: meer en betere 'organizers'

De eerste prioriteit van de [IWW](#) zou moeten zijn om te werken aan het vertrouwen, de kunde en het engagement van de organizers, en om meer werknemers te betrekken als organizers. Dit pamflet probeert een aantal elementen aan te reiken voor de aanpak hiervan. Er zijn andere elementen en bronnen in de 'Training voor organizers' en in de 'Training voor trainers' maar ook bij andere organisaties en online - maar ook in de hoofden en harten van mensen.

Het materiaal dat in dit pamflet verzameld is bevat stukken uit de 'Worker Power' column uit de krant 'Industrial Worker' (al de artikels zijn terug te vinden op <http://forworkerspower.blogspot.com/>). Na deze artikels vindt u twee controlelijsten: één om te ontwikkelen als actieve leden en een tweede om te ontwikkelen als militanten op de werkplaats. En na de controlelijsten vindt u een voorbeeld van een tijdlijn van een niet- contractuele campagne.

Geschiedkundige noot

We willen toch kort ingaan op de geschiedenis van de IWW om het perspectief achter de

doelstellingen van de training van organizers te verduidelijken. De IWW werd gesticht in een overeenkomst die inging op 27 juni 1905. Die was het resultaat van een eerdere bijeenkomst in januari 1905 die op haar beurt voorafgegaan was door een informele ontmoeting en briefwisseling tussen radicale vakbondsmensen vanaf november 1904. De bijeenkomst van januari leverde een document op (Industrial Union Manifesto of Manifest van de Industriële Vakbond), die opriep tot het congres van juni waar de IWW werd opgericht.

In 1913 stelde Paul Brissenden vast dat 'de IWW niet de eerste organisatie was van arbeiders die zich baseerde op de industriële structuur - zelfs de wortels van haar revolutionaire aard kunnen worden teruggevonden in andere organisaties' zoals de 'Knights of Labour', de 'Western Federation of Miners', de 'American Labor Union', de 'United Metal Workers International Union', de 'Brewery Workers' en de 'Socialist Trade and Labor Alliance'. De IWW kwam niet zomaar uit de lucht gevallen maar was het resultaat van een proces dat steunde op eerdere ervaringen en ideeën. De 'Western Federation of Miners (WFM) - één van de belangrijkste radicale organisaties voor de organisatie van arbeiders van zijn tijd speelde een erg belangrijke rol in de stichting en de eerste stappen van de IWW. De WFM zelf groeide ook uit een proces: een aantal vakbonden van mijnwerkers gingen in de jaren 1890 samenwerken. En voor ze konden samensmelten moesten ze zelf natuurlijk ook georganiseerd worden!

We willen met al die geschiedenis natuurlijk een punt maken: we leven vandaag niet in 1905. De wereld heeft niet stilgestaan (natuurlijk), maar in veel opzichten staan veel werkers er slechter voor dan toen: onze klasse is minder georganiseerd. Vandaag lijkt de situatie meer op die van de jaren 1880 dan die van 1905.

Het is niet 1905. Onze taken vandaag zijn niet die van de stichters van de IWW. Onze taken lijken meer op die van de mensen die gewerkt hebben om de oorspronkelijke vakbonden te vormen die later de WFM hebben gevormd. We staan voor een langetermijnproces dat hopelijk resulteert in iets dat lijkt op het congres van 1905 en dat hopelijk een nieuw proces opstart dat lijkt op wat de stichting van de IWW heeft in gang gezet. Als een stap in dat proces hebben we nood aan vaardige en zelfzekere organizers die groeien uit de rangen van de arbeiders in onze organisatie. Wij hopen dat dit pamflet daarbij kan helpen. Er moet nog veel gebeuren. We hebben zó veel te doen.

Blijvende lessen uit de klassenstrijd

"Om een nieuwe samenleving te bouwen zijn nieuwe mensen nodig - en mensen kunnen enkel in actie transformeren." (Martin Glaberman, 'Work and Working Class Consciousness')

20 Maart 2004

Doorheen het jaar ontwikkelde een groep laders van UPS (United Postal Services of de Post in de Verenigde Staten) een kameraadschap met elkaar. Ze waren krachtig en ze uitten die kracht openlijk door te weigeren aan de vereiste snelheid te werken. Een nieuwe arbeider begon in de ploeg en het management deed zijn best om hem te isoleren van de activisten. Toen deze collega die houding van het management negeerde en zich duidelijk op één lijn zette met de rest van de arbeiders (door op hun tempo te werken, het

management 'de hemden' te noemen en zijn pauzes door te brengen samen met andere militante arbeiders) verhoogde het management de druk op hem. Ze zouden hem ontslaan als hij niet

veranderde en harder zou gaan werken. Zijn collega's reageerden na een ochtenspauze door te weigeren terug aan het werk te gaan voor een bepaald 'hemd' (een leidinggevend bediende) -dat het meest verantwoordelijk was voor de dreigementen tegen de nieuwe collega- van de werkvloer werd gehaald. Het werd een openlijke strijd en de spanningen liepen hoog op - nochtans had geen van hen ervaring met dit soort zaken. Ze wonnen hun zaak; de werkleider werd vervangen en ze werden bedreigd met ontslag als ze iets dergelijks nog eens zouden proberen. Over het jaar dat volgde begonnen ze allemaal ander werk of overplaatsing te zoeken.

Ongeveer anderhalf jaar na de actie ontmoetten twee vrienden elkaar voor het eerst sinds lang. De éne was weg bij UPS maar de andere werkte er nog steeds. Terwijl ze wat drinken vertelt de laatste dat hij het verhaal van toen terug bovenhaalt telkens hij de oude manager ergens zag en dat het gezicht van de man telkens rood aanliep en dat hij boos wegstapte. Met de nodige nostalgie naar de oude club en hun gedurfde actie belde degene die intussen weg was gegaan een andere voormalige collega. Die bleek ook trots over het uitdagen van de baas en voegde eraan toe dat hij uitkeek naar de volgende keer dat hij het management erbij kon lappen en kon tonen wie het écht voor het zeggen heeft. Hoewel de geboekte winsten intussen verloren waren gegaan bleef de herinnering en de ervaring hangen en hielden de mensen er een verlangen aan over om actie te ondernemen telkens ze er de kracht voor hebben.

17 Mei 2006

Boodschappers van 'Arrow Messenger Service' in Chicago verzamelen voor een speciaal verjaardagsfeest in het huis van een collega. Exact een jaar daarvoor (op een drukke donderdagnamiddag) hadden ze allemaal hun walkie-talkies afgezet die ze gebruiken om met hun dispatcher te communiceren. Nadat ze drie vruchteloze vergaderingen hadden gehad met het management was dit hun manier om hun te laten zien dat het bedrijf niet zou draaien tenzij hun eisen werden ingewilligd. Na een felle strijd in de daaropvolgende maand gaf het bedrijf toe.

Terwijl ze verzamelen om de verjaardag te vieren en kleine vrolijke speeches geven en herinneringen op te halen over de strijd blijkt dat slechts drie of vier van de twintig aanwezigen nog op dezelfde plaats werken. Een aantal werd ontslagen tijdens de campagne, anderen vertrokken uit frustratie en nog anderen wilden gewoon wat anders gaan doen? Er is omzeggens geen organisatie meer over in het bedrijf en geen noemenswaardige strijd tegen de baas. Binnen het jaar zal de vakbond volledig verdwenen zijn uit Arrow en wat er van de overwinningen zal bewaard zal blijven is een grote vraag.

Maar één zaak is zeker: niemand daar had het willen missen. Voor sommigen was het de beste werkervaring die ze ooit hadden. Ze zijn het er allemaal over eens dat de ervaring hun leven heeft veranderd. Slecht werk is niet langer iets dat je moet 'volhouden': je kunt je ertegen verzetten.

Op het eerste zicht kunnen we naar deze schermutselingen kijken en zien we nederlagen. De overwinningen werden uitgehold en een blijvende organisatie is er niet gekomen. Maar door deze strijd krijgen we meer dan enkel betere of slechtere arbeidsomstandigheden, al dan niet opgeloste ergernissen en al dan niet een vakbond. We worden nieuwe mensen. Een groot deel van ons organiseren moet een verandering teweeg brengen in ons bewustzijn. Dat is waarom onze tactieken zo belangrijk zijn. Dit soort verandering in levensvisie wordt niet makkelijk teweeggebracht door één of andere verkiezingscampagne. Directe actie, waar de arbeiders zélf de verandering maken is wat ons werkers een gevoel van kracht geeft. De meesten van onze klasse hebben deze kracht niet ervaren, maar eens de geest uit de fles, is het niet makkelijk hem terug te stoppen.

Als wij arbeiders samenwerken als een groep maken we een statement naar elke andere collega: 'Ik

ben bereid zij aan zij te staan met jou als jij bereid bent zij aan zij te staan met mij. Het kan dat we dit gevecht winnen maar we kunnen het ook verliezen – maar die bereidheid om zij aan zij te staan zal ons altijd verbinden. Het weerklinkt in ons als we verder gaan met ons leven. Als we ons organiseren en acties ondernemen die de baas uitdagen, hebben we de kracht om de veranderingen te eisen die we willen zien. Dat is de sleutel tot het begrijpen waarom dit soort acties onze levens veranderen. In het verhaal van UPS verweerden mensen zich, namen ze risico voor elkaar. In het verhaal van Arrow ondernamen de mensen actie om hun positie te versterken en een duidelijk punt te maken: we zijn één – en zonder ONS is er geen bedrijf. Als wij risico's gaan nemen voor elkaar wordt alles mogelijk.

Het idee om organisatoren te trainen in één bedrijf die later weer naar andere bedrijven vertrekken is een uitgangspunt geworden van sommige IWWorganisatoren in campagnes die in een hele industrietaak georganiseerd worden. Het is een goed idee. Maar er valt wat meer over te zeggen: niet iedereen zal een organisator worden, hoewel iedereen het gevecht zal moeten evalueren dat ze net zijn aangegaan en conclusies moeten trekken naar hun eigen leven toe. Als het stof is gaan liggen –zoals het altijd doet- moeten we wel gaan nadenken over wat er gebeurd is. We hebben de kracht gezien die we hebben als collega's, een kracht die velen daarvoor niet kenden. Misschien is het ons niet onmiddellijk duidelijk maar zoals met alle andere grote veranderingen in ons leven is er iets dat verder resoneert – achtergrondruis die niet weggaat. Misschien een maand later op hetzelfde werk – of misschien een jaar later en twee jobs verder; maar we zullen het ons herinneren. En als we de kans krijgen zullen we zij aan zij gaan staan in een poging om ons te organiseren en fier tegenover onze bazen opstaan. Deze keer doen we het met minder twijfel dan de vorige keer, misschien met meer inzicht en meer volharding: omdat we precies weten wat het betekent als we dat doen.

Het punt is dit: ons organiseren moet steeds als neveneffect hebben dat arbeiders meer bereid zijn om zich te verzetten – een toename in onze slagvaardigheid in onze strijd tegen

de bazen - zelfs als dat verzet persoonlijk en individueel zou zijn. Dat is het revolutionaire resultaat. Dat is wat de fundamenteen legt voor de toekomstige organisatie. In deze vakbond zeggen we dat 'we de arbeider organiseren, niet de arbeid' – en dat betekent dat we stap voor stap nieuwe mensen maken: mensen met een grote kans om nooit meer plat op de buik te gaan voor de smeerlapperijen van de bazen.

De overstromingen in Missoula waren enorme landschapsveranderende gebeurtenissen tijdens de laatste ijstijd – sommige stromen bestonden uit miljoenen liters water per seconde, maar waren enkel mogelijk door een aantal kleine breuken in de ijsdam op de Clark Ford River. Kleine breuken leidden tot grotere breken en alles samen verzwakten ze de dam. In de IWW, onze werkplaatsorganisaties, onze campagnes en onze strijd tegen de bazen hebben de productie in de war geschopt om toch de bedrijven te zien terugveren en terug over te gaan naar de orde van de dag. Maar de echte breuken zijn de veranderde mensen die aan de andere kant van deze strijden tevoorschijn komen. Op een dag zullen onze jaren van strijd die kleine breuken veranderen in een revolutionaire vloed die het landschap van onze economie voor altijd zal veranderen.

Emotionele druk en het bouwen van een organisatie

We willen op het werk twee dingen tegelijk: een organisatie opbouwen én onze arbeidsomstandigheden verbeteren. We zouden die twee zaken los van elkaar kunnen doen. We zouden bijvoorbeeld een organisatie kunnen uitbouwen zonder een plan om de arbeidsomstandigheden te verbeteren, alsof we een pokeravond of een breigroep zouden organiseren. Of we zouden kunnen proberen onze arbeidsomstandigheden kunnen proberen te verbeteren zonder organisaties op te bouwen, door de chef om te kopen of te vleien. Geen van beide

heeft veel te maken met 'een vakbond zijn'. 'Een vakbond zijn' betekent: organisaties bouwen dóór de arbeidsomstandigheden te verbeteren, of arbeidsomstandigheden verbeteren dóór ons te organiseren.

Om een organisatie op te bouwen en tegelijk de omstandigheden te verbeteren moeten we actie ondernemen óp de werkvloer. Actie is de zuurstof van een vakbond. We beginnen bij de bestaande informele organisatie op de werkvloer –de bestaande relaties, communicatie en het niveau van agitatie- en richten dit tegen de baas onder de vorm van een actie.

Bij het plannen van een actie kiezen we een thema waar mensen zich door aangesproken voelen. Vraag je dan af 'Wie heeft de kracht/macht om verandering teweeg te brengen in dit thema?' Bijvoorbeeld: de chef van de nachtploeg in de logistieke ploeg van een fabriek heeft waarschijnlijk geen controle over het gezondheidsplan of de groepsverzekeringen. Maar ze controleren wél hoe ze het bestaande beleid uitvoeren wat betreft toiletbezoeken en met hoeveel respect ze met de werknemers omgaan.

Lijst de problemen op die mensen willen verbeteren en de specifieke 'beslisser' voor elk van die problemen. Lijst de lagere chefs op voor elk probleem. In het algemeen gesproken zal het minder moeite kosten om ze te beïnvloeden naarmate ze lager in de voedselketen staan. Dat is met name belangrijk in het begin van de actie – als je met weinig bent. Vijf mensen op één dienst zullen waarschijnlijk niet veel uit de brand slepen voor een bedrijf met honderd mensen.

Maar ze zouden verbeteringen kunnen winnen in hun afdeling – wat dan kan gebruikt worden om meer mensen enthousiast te maken om dan later grotere problemen te kunnen aanpakken en nog meer mensen aan te spreken. Dát is organisatie opbouwen.

In het begin van een campagne is het nuttig om je te richten op wat je 'emotionele acties' of 'emotionele druk' zou kunnen noemen. Ik bedoel daarmee het volgende: werk is voor ons een zorg – maar tot op mindere hoogte ook voor onze bazen. In het algemeen gesproken is het een grotere zorg naarmate mensen lager staan in de voedselpyramide. In een emotionele actie bieden we onze baas een keuze aan: verminder de zorg voor ons óf we vergroten de zorg voor jou. Hoe lager de chef, hoe makkelijker dit kan. Als de baas een chef is die we dagelijks zien en spreken kan hij gevoeliger zijn voor onze mening en om de manier waarop wij hen behandelen.

Als we de baas samen ('collectief') confronteren over de omstandigheden die ons leven onaangenaam maken, bezorgen we de baas een onaangename ervaring. Je kunt dit zien als het 'delen van de rijkdom aan miserie' die onze jobs ons opleveren. Door de baas een koekje van eigen deeg te geven, door ze een portie te geven van wat onze jobs ons opdringen, kunnen we een begin maken met het dwingen van de baas om kleine verbeteringen toe te staan. Wat ons dan weer de gelegenheid geeft om onze collega's duidelijk te maken dat we verbeteringen kunnen organiseren door onszélf te organiseren. En dat de mogelijke verbeteringen groeien naarmate we ons met méér organiseren.

Praten met de bazen: houd je aan de afspraken!

We hebben niks gemeen met onze bazen als klasse, maar soms moeten we met hen praten. Als we ze confronteren bijvoorbeeld, moeten we met ze spreken. Veel bazen hebben er een handje van om de boel op zijn kop te zetten, en velen van ons hebben de neiging om ze dat te laten doen. We volgen hun orders zo vaak op en zij zijn op hun beurt zo gewoon om ons te bevelen dat het voor hen net zo verwarrend kan zijn als voor ons als we hun tegenspreken of onze mening geven. Dat kan het

makkelijk maken voor de baas om het gesprek terug naar zich toe te trekken.

Om het gesprek in onze eigen handen te houden moeten we weten wat we willen: we kunnen onze zin niet krijgen als we niet weten wat onze zin is. Als we geen plan hebben kunnen de zaken niet 'volgens plan' verlopen.

Laat ons even aannemen dat we de baas willen confronteren rond het eisen dat mensen overwerken. De baas kan op een aantal manieren antwoorden: hij kan de beslissing rechtvaardigen ("Er was meer werk en iemand moest het doen"), over iets anders beginnen ("Ja maar jullie hebben jullie uniform niet aan"), op onze schuldgevoelens gaan spelen ("Ik geef jullie een nieuwe koffiezet en dit is dan wat ik van jullie terugkrijg"), een probleem maken van de 'manier waarop' je het probleem aankaart ("Je zou dit niet in een grote groep moeten bespreken"), je doorverwijzen naar iemand anders of een andere plaats of dienst ("Je zou dit in je eigen team moeten bespreken", "Je zou via de personeelsdienst moeten passeren hiervoor", "Dat gaat de anderen hier niks aan: dat bespreken we onder vier ogen",...) enzovoort. Er zijn natuurlijk nog een heleboel mogelijke antwoorden. Punt is dat je vooraf moet nadenken over de verschillende manieren waarop je baas kan reageren - en over hoe je daarop zelf dan weer reageert.

De bedoeling van het antwoorden op de baas is de aandacht terug richten op jouw probleem én op jouw doelstelling of oplossing. Laat je niet afleiden. Laat je niet opjatten en ga geen ruzie maken. In het slechtste geval bevestig je dat je gehoord hebt wat ze zegden ("We waarderen de nieuwe koffiezet", "We hebben geprobeerd te praten met de personeelsdienst", enz) maar sta niet toe dat het gesprek ontspoot naar andere thema's dan die welke je wou aankaarten. Herhaal wat je kwam zeggen én wat je wil: "Wij moeten overwerken en dat veroorzaakt problemen voor ons. Ga je stoppen met ons te dwingen tot overwerken?" Als ze van onderwerp blijven veranderen (en de kans is groot dat ze dat doen) kun je zeggen "Daar gaat het nu niet over: we komen nu praten over het feit dat je ons verplicht doet overwerken" en herhaal wat je kwam zeggen en wat je wil.

Het grote punt is dat ons probleem én onze eis niet ter discussie staan: we laten ons niet ompraten over het gevoel dat we een probleem hebben en dat dat moeilijkheden oplevert voor ons. En we laten ons niet op een zijspoor zetten zodat onze eisen niet aan bod komen. We stellen klaar en duidelijk dat het probleem een probleem is en we stellen even klaar en duidelijk dat we een oplossing verwachten. Zeg desnoods "We zijn hier niet om over andere zaken te praten: we willen weten of je verder gaat eisen dat mensen langere dagen werken of niet. Dat is nu het enige waar we willen over praten."

Houd je aan de afspraken die jullie samen vooraf maken en houd het gesprek in handen.

Ken de vakbond. Hoor de vakbond. Zie de vakbond

Op een warme zomerdag in een vergaderzaal sprak een vrachtwagenchauffeur van middelbare leeftijd me aan: "Hoe laten we de andere chauffeurs die niet op de vergadering waren vandaag wat de vakbond is en waarom ze lid zouden moeten worden?" Ik vond het moeilijk om hem een goed en helder antwoord te geven. Ik improviseerde een vergelijking waarvan ik denk dat het een beeld geeft van wat ons organisatie-model in de praktijk betekent: "Ken de vakbond. Hoor de vakbond. Zie de vakbond." Ik bespreek het stuk voor stuk.

Eerst leg je het geheel uit: "Kijk, onze organisatie werkt zo: sommige collega's zullen de vakbond kennen, andere zullen de vakbond horen, maar nog anderen zullen de vakbond moeten zien." Als je een stift en papier hebt teken je drie cirkels rond elkaar (zoals een schietroos) met in het midden 'kennen', daarrond 'horen' en in de buitenste cirkel 'zien'.

Misschien trekken een aantal mensen de wenkbrauwen op of zijn mensen verbaasd – “Wat probeert die vreemde vakbondsman me nu eigenlijk te vertellen?” Geen zorgen: dat is eigenlijk een goeie zaak: als mensen zo reageren zijn ze geïnteresseerd in de rest van de uitleg. Wijs naar alle aanwezigen. Zeg ze dat zij waarschijnlijk de werknemers zijn die de vakbond kennen. Wijs erop dat zij de werknemers zijn die vergaderingen hebben bijgewoond, initiatief nemen en misschien zelfs al een lidkaart hebben. Uit ervaring of omdat ze het beu zijn, weten ze al dat gezamenlijke actie nodig is om voor verandering te vechten en dat dát de definitie van een vakbond is. Die groep is meestal klein, maar het is het beginpunt van elke campagne.

De mensen die de vakbond kennen praten ook met anderen. Sommige mensen waarmee zij praten zullen gemakkelijk te overtuigen zijn. Zij zijn de mensen die de vakbond horen. Ze zullen waarschijnlijk niet naar de eerste vergadering komen of misschien willen ze wel zeker zijn dat het om een oprechte poging gaat (en niet de malcontente zagen van de maand), maar ééns ze gevraagd worden zullen ze meedoen. Dat is meestal de eerste laag van werkvloerleiders die in een comité worden samengebracht.

De grootste groep zit in het derde kamp, dat van de mensen die de vakbond moeten zien. Ze zullen niet blijvend worden betrokken bij de organisatie of bij de actie door ze simpelweg wat te vertellen. Deze mensen zijn sceptisch over de winstkansen van gezamenlijke actie. Ze zijn misschien bang om hun job te verliezen of ze hadden een slechte ervaring met een vakbond.

Die groep kunnen we als volgt aanspreken. De mensen die de vakbond kennen organiseren zich en bouwen aan relaties en leiderschap onder de mensen die de vakbond horen. Samen ondernemen beide groepen actie over kleinere problemen. Dat toont in praktijk wat de vakbond is en doet. Andere mensen zien de vakbond in actie en beginnen te begrijpen dat verandering écht mogelijk is.

Voor mijzelf was dit één van de meest bruikbare ideeën als ik aan een campagne begin. Organisatie begint met de mensen die de vakbond kennen. Zij brengen de mensen binnen

die over de vakbond horen en samen ondernemen ze actie om de mensen te bereiken die de vakbond moeten zien. Op langere termijn draait het uit op collega's die opschuiven van 'zien' naar 'kennen' door betrokken te geraken in de organisatie en de actie. Dit proces bouwt de IWW en bouwt aan een bewuste en militante arbeidersklasse.

‘Ken de vakbond. Hoor de vakbond. Zie de vakbond’: Meer tips

Enige tijd geleden publiceerde ‘Workers Power’ een artikel waarin een kameraad het idee promootte van ‘Ken de vakbond. Hoor de vakbond. Zie de vakbond.’ Als een manier om uit te leggen hoe een gezonde campagne zichzelf in stand houdt en groeit. Als actief deelnemer aan het organiseren heb ik het stuk vaak herlezen ter inspiratie en advies. Ik hoop dat ik de aanpak kan uitbreiden door mijn ideeën door te geven over hoe we de aanpak in praktijk kunnen brengen.

In elke werkplek zullen er mensen zijn die snel aangetrokken worden tot een initiatief tot organisatie. Misschien zijn ze ooit actief geweest; misschien zijn ze het ideologisch tot op zekere hoogte met ons eens; of misschien zijn ze gewoon zeer boos of gefrustreerd. In elk geval ‘kennen deze mensen de vakbond’ en zijn dit vaak de mensen die in een initiële comité samen komen.

Wat de anderen betreft: die zullen tot op zekere hoogte overtuigd moeten worden om de campagne actief te ondersteunen door een aantal gesprekken onder vier ogen. Zij moeten ‘de vakbond horen’

om actief te worden over vakbondszaken en om te gaan beseffen dat ze er niet alleen voor staan.

De grootste groep mensen zal in de derde cirkel te vinden zijn: degenen die 'de vakbond moeten zien'. Zij zullen de kracht van gezamenlijke actie moeten zien voor ze zelf actief worden. Zoals het artikel in 'Fellow Worker' het zegt: "Dit is hoe we de mensen in beweging brengen die de vakbond moeten zien voor ze in actie komen: degenen die de vakbond kennen en weten hoe ze een vakbond kunnen organiseren zullen relaties en vertrouwen kunnen bouwen onder de mensen die over de vakbond moeten horen. Samen zullen deze mensen actie ondernemen over kleinere problemen. Dat zal in praktijk laten zien wat een vakbond is. Andere mensen zullen de vakbond in actie zien en zullen gaan begrijpen dat verandering werkelijk mogelijk is."

Voor onze vriend bleek 'Ken de vakbond...' nuttig als het organiseren moeilijker werd en de militanten gefrustreerd geraakten over het tempo van de veranderingen. 'Ken de vakbond...' moedigde mensen aan om 'terug naar de basis van succesvol organiseren' te gaan: gesprekken onder vier ogen en groepsbijeenkomsten om via directe actie haalbare doelstellingen te formuleren. Het maakt ook de rol van het bestaande leiderschap duidelijk

in het opstarten van een voortdurend proces waarin collega's evolueren in het 'horen, zien, kennen' tot er een cultuur van solidariteit en gezamenlijke actie ontstaat in de werkplaats.

Er is nog een andere belangrijke les te trekken uit dit verhaal: veel radicalen hebben weinig ervaring met organiseren in de echte wereld. Dat is geen probleem - zoals alles vergt organiseren oefening. Wat we echter wel hebben is een weelde aan argumenten ter ondersteuning van de klassenstrijd én een beeld van de wereld die we willen in plaats van het kapitalisme. Om die reden ontstaat de neiging om het organisatieproces te intellectualiseren. Uit mijn persoonlijke ervaring weet ik hoe het voelt om onzeker te zijn als we iets nieuw doen, zeker als het gaat over organiseren. Het is verleidelijk om terug te vallen op zaken die we gewoon zijn en ons comfortabel bij voelen - zoals het formuleren van argumenten voor een revolutionaire vakbond.

In de echte wereld in al haar complexiteit is een goed-geformuleerd argument echter niet genoeg. In plaats van ons te richten op het 'winnen' van deze discussie kunnen we beter bouwen aan vertrouwensrelaties met onze collega's. In en door die relaties gaan we verbonden aan met elkaar in gevechten op kleinere schaal. Die acties leggen dan weer de basis voor de bredere strijd en gesprekken in de diepte.

Anders gezegd strijden we allemaal -bewust of niet- op persoonlijk vlak voortdurend tegen het kapitalisme. Werkmaten ervaren vaak de nood aan gezamenlijke actie voor ze lid worden van een vakbond. Van daaruit is het vanuit een betrokkenheid bij de gezamenlijke strijd dat er deuren opengaan voor ons - als radicalen- om gesprekken aan te knopen over klassenstrijd, kapitalisme en de arbeidersbeweging.

Als organisers helpt 'Ken de vakbond' niet enkel ons eraan te herinneren dat organiseren een proces is: het dwingt ons ter erkennen dat 'actie vaak bewustzijn voorafgaat' en niet omgekeerd. Het belangrijkste dat organisers doen is niet het winnen van discussies of het schrijven van opwindende toespraken, maar werkelijk bouwen aan de relaties die de basis vormen voor elke succesvolle campagne.

Netwerken in kaart brengen / Netwerken / Social Mapping /

Krachtveldanalyse / ...

Iedereen die regelmatig traint weet dat resultaten in fysieke fitheid grotendeels afhangen van twee zaken: volharding en tijd. Dat geldt ook voor organiseren. Organiseren behaalt resultaten als het volhardt op lange termijn. Organiseren moet systematisch gebeuren. Eén van de manieren om dat te doen is zaken op papier zetten.

Recent is de IWW vooral georganiseerd geweest in relatief kleine arbeidsplaatsen of kleinere afdelingen binnen grotere structuren. Met kleine groepen mensen is het relatief

gemakkelijk om ieders naam te onthouden, en wat ze doen, en welke ervaringen we met hun hadden. Velen van ons hebben dan ook de gewoonte om veel informatie in ons hoofd te (ont)houden. Dat werkt op kleinere schaal. Maar het zal niet werken eens we boven pakweg 20 à 30 mensen uitgroeien, gewoon omdat het teveel wordt om te onthouden. Bovendien maken we het door die gewoonte moeilijker om werkelijk in te schatten wat er gebeurt op het werk omdat onze gevoelens onze inzichten vervormen; meer nog van wat we denken dan wat we schrijven. Afhankelijk van onze stemming kan dit ertoe leiden dat we werkelijke vooruitgang niet zien, of kunnen we belangrijke stappen overslaan omdat we niet opmerken dat we ze moeten zetten.

Eén belangrijk hulpmiddel bij organiseren is regelmatig een krachtveldanalyse maken. Ik bedoel daarmee: samenzitten om een inschatting op papier te zetten van waar we staan in onze campagne: begin met een blad papier en lijst alle fabrieken of departementen etc op die betrokken zijn bij de campagne. Lijst dan alle vakbondsleden op per fabriek, departement, etc gevolgd door de namen van andere mensen met wie we contacten hebben én het totaal aantal mensen per onderdeel. Schrijf naast elke naam of iemand en al dan niet goede 'één-op-één' heeft gedaan met hen, wanneer dat was en hoe dat gegaan is. Er zal meer over te zeggen zijn dan op het blad past, natuurlijk – mensen praten over wat werkte en wat niet werkte in hun 'één-op-ééns'. Dat is natuurlijk een goed aanknopingspunt voor een rollenspel over wat we anders hadden kunnen zeggen, maar daar komen we verder op terug.

Het overlopen van al deze mensen helpt om te beslissen met wie we gaan praten: de mensen met wie we lang niet gepraat hebben, de mensen die van ons wegglijden, de mensen met wie we nog helemaal niet hebben gesproken, enzoverder. Het kan vanzelfsprekend lijken, maar het vertelt ons precies wie iedereen is. Het helpt ook bij het ontdekken van gaten in onze kennis: 'Ik besef net dat ik niet weet hoeveel mensen er in de derde ploeg werken – dat moeten we uitzoeken' bijvoorbeeld. Het verzamelen en delen van die informatie is een taak die een 'nieuweling' in de campagne kan opnemen met de hulp van een meer ervaren organisator: zo geraakt iemand snel ingewerkt zowel in de situatie als in de methode en de groep zelf.

Doe hetzelfde voor alle andere 'soorten' invloeden op je groep of doelstellingen. Zo bekom je een 'krachtveldanalyse'. Ook 'concurrenten', bondgenoten, vijanden, leveranciers, enzovoort kunnen op dezelfde manier in kaart worden gebracht... Én eventuele informatie die gewonnen moet worden, gesprekken gevoerd, zaken besteld, betaald, opgehaald of verzameld, we willen onze vijanden kennen om inschattingen te kunnen maken over zwakke plekken en mogelijke reacties, enzovoort. Schrijf ook hier bij elke taak een naam en ga op dezelfde manier tewerk: laat onervaren mensen steunen door ervarener mensen en zorg dat de ervaring gedeeld wordt.

Op een ander blad schrijf je de taken die moeten uitgevoerd worden op basis van het eerste blad. Zet erbij wie welke taak op zich neemt, en wie daarbij ondersteunt en nagaat of de taken zijn uitgevoerd.

Geschreven overzichten en taaklijsten moeten bijgehouden worden na de vergadering en kunnen

eigenlijk best worden uitgetypt. De volgende keer dat je de analyse maakt kun je die vergelijken met de vorige. Haal de taaklijst terug boven en bekijk of alle taken zijn uitgevoerd – bespreek hoe dat verlopen is: wat ging goed, wat was moeilijk, wie had hulp nodig, welke problemen waren er en hoe zijn die (niet) opgelost, enz... Dat helpt ons bij het beoordelen van onze voortuitgang: ‘De laatste maand hebben we met 15 mensen meer gesproken; dat betekent dat we intussen met de helft van de mensen een ‘één-op-één’ hebben gehad.’ Dat kan ons inspireren. Het kan ook patronen zichtbaar maken die we nog niet hadden opgemerkt: ‘We praten veel meer met blanke collega’s dan met ‘andere.’ Of: ‘We praten veel meer met de éne ploeg dan met de andere.’ Dan kunnen we proberen uit die patronen te breken en buiten onze voor de hand liggende netwerken meer mensen gaan aanspreken. Dat kan dan weer nieuwe taken of behoeftes duidelijk maken.

Tenzij ons organiseren systematisch is, zal het waarschijnlijk te veel steunen op de sociale groepen waar we ons het meest comfortabel bij voelen. Analyseren is niet het enige onderdeel van systematisch organiseren, maar het is een sluitstuk in de puzzel.

Vervang jezelf

De belangrijkste taak van een organizer is het opleiden van meer organizers. We hebben nood aan steeds meer organizers en de enige manier om dit te doen is: jezelf vervangen. Hier zijn een paar makkelijke manieren om je opvolgers te trainen:

Geef je bronnen vrij, zodat anderen met je mee kunnen denken: ‘Ik had niet zo lang geleden een lang gesprek met X. Ze overtuigde me ervan dat we zouden moeten organiseren als een winkelcomité in plaats van één of twee ‘stewards’ te hebben. Hij gaf me een geweldig artikel over hoe de comités van de IWW werken.’ Anderen vertellen waar je een idee vandaan haalt toont aan dat je ze als gelijkwaardige partners beschouwt. Je geeft ze ook de kans om je bronnen in vraag te stellen.

Laat anderen zien hoe het moet en neem samen het proces door: ‘Hallo Y, heeft iemand je al laten zien hoe je een artikel plaatst op de website? Ik wou net een artikel plaatsen over de staking, dus kijk even mee hoe dat kan!?’ Geef de technische kennis door zodat anderen ook ‘experts’ kunnen worden – net als jij.

Moedig mensen aan omdat je in ze gelooft en weet dat ze het kunnen: ‘We willen echt dat deze boodschap de mensen vooraan bereikt. Kun jij even met Shannon gaan praten? Ze respecteert je en jij bent de best geplaatste persoon om met haar te gaan praten.’ Je loopt sneller voor een trainer die wil winnen. We moeten laten zien dat wat we doen belangrijk is en dat we in elkaar geloven.

Vraag mensen om dingen te doen die ze moeilijk vinden. Zet hen ertoe aan om verantwoordelijkheden op te nemen die buiten hun comfort zone liggen: ‘Ik ben blij dat je die zaken op je neemt. Ik waardeer echt wat je doet, An. De volgende stap voor jou is dat je naar de comitévergadering komt. Ik weet dat het moeilijk wordt met je drukke agenda maar we helpen je om het mogelijk te maken. Als jij er niet bij bent komen we met één en ander niet vooruit.’ We moeten elkaar helpen om uit te breken en verantwoordelijkheid te nemen. Het is een teken van respect als je mensen vraagt dingen te doen die ze moeilijk vinden – maar houd het respectvol en vraag ook niet te veel en wees respectvol in de manier waarop je die dingen vraagt.

Train je vervanger voor je positie: ‘Hallo Mei, heb je even? Heeft iemand je aangesproken over het voorzitterschap van het comité? Mijn termijn zit er bijna op en veel mensen vinden jou een goeie opvolgster. Denk er eens over na? En terwijl je nadenkt laat ik je al even zien wat het allemaal inhoudt.’ Als we nieuwe mensen goed en regelmatig opleiden kunnen we vermijden dat onze

structuren verstarren of verroesten.

Moedig leden aan om te lezen wat jij hebt gelezen: 'Voor wie niet op het congres geraakt is: Maxine deed er een zéér goeie presentatie over de wetgeving rond organisering in haar sector. Het deed me hard denken aan die tekst die ik eens las in een tijdschrift, dus ik heb er een paar copys van gemaakt voor iedereen. Ik denk dat het ons kan helpen met het zoeken naar een goeie strategie.' Door de geschiedenis van de arbeidersstrijd en onze principes toegankelijk te maken saboteer je het kennismonopolie en geef je waardevolle lessen en ervaring door.

Stel mensen aan elkaar voor en laat ze contactgegevens uitwisselen: 'Tenaya, heb je Steve al ontmoet? Steve, dit is Tenaya. Jullie werken allebei in dezelfde industrietak en zouden elkaar waarschijnlijk een hoop verhalen kunnen vertellen. Misschien kunnen jullie wel samenwerken en samen iets schrijven voor de website of de nieuwsbrief?' Door mensen aan elkaar voor te stellen en informatie te laten uitwisselen vermijd je 'Old Boys Clubs' en nu hoeft de informatie niet via jou te passeren.

De taak die we als IWWers voor ons hebben is het trainen en vormen van organisers waar we maar gaan. We kijken steeds uit naar gelegenheden om elkaar te leren wat we weten zodat zij kunnen doen wat wij doen zonder ons nodig te hebben.

Doelstellingen. Dan strategie. Dan tactiek. Deel I van II

Eerst dromen we onze doelstellingen bij elkaar. Grote doelstellingen en kleine doelstellingen. Onze 'uiteindelijke doelstellingen' zijn visionair. Het zijn de grootse dromen die op de muur geschreven staan en ons aanstaren. Ze zijn onze inspiratie. Onze 'tussendoelen' zijn de tredes naar boven: zij vormen de voorwaarden voor het bereiken van

onze grootse doelen, zij zetten en houden ons op de juiste weg. En dan hebben we onze 'onmiddellijke doelen', dagdagelijkse eisen. Dat zijn de overwinningen die we wekelijks of om de vijf jaar behalen; de overwinningen die ons leven verbeteren en onze kracht demonstreren aan onszelf én aan onze vijanden.

Daarna tekenen we een strategie bij elkaar: de weg naar onze doelstellingen. Onze strategie is praktisch maar stelt hoge verwachtingen. Onze strategie streeft via dagdagelijkse doelstellingen naar onze tussendoelen. Als onze strategie bouwt aan onze kracht ontbinden we krachten en ontsluiten we mogelijkheden die alles mogelijk maken. Als we anderzijds blijven steken in dagdagelijkse doelen en zonder naar de volgende stappen te kijken, zullen we nooit onze grootse visie waarmaken.

Als laatste stap kiezen we onze tactieken. Die tactieken passen onze strategie als handschoenen: door die acties als groep te ondernemen bereiden we ons voor op grotere dingen. Vergeet de doelstellingen niet! En dan de strategie. En dan de tactieken. Een voorbeeld: het einddoel is 'gratis eten voor elke mens': niemand zou honger mogen hebben als er eten genoeg is. Niemand zou moeten betalen voor een basisrecht. We hebben de mogelijkheden om de wereldbevolking te eten te geven maar de CEO's staan ons in de weg. Ze hamsteren eten dat ze niet willen verkopen om zo de prijzen te doen stijgen - om eten 'winstgevend' te houden. Als wij -arbeiders- de productie en distributie zouden beheren van de boerderij tot de winkels zouden we kunnen beslissen hoe we eten produceren en verdelen: gratis en democratisch voor de hele wereld. We zouden de wereld kunnen voeden: gratis én in een kortere arbeidstijd dan we nu doen! Het tussendoel is arbeiderscontrole over de voedselproductie en de distributiesector: als wij het voor het zeggen hebben kunnen we doen wat we willen. Het onmiddellijke doel -wat hebben we vandaag nodig om onszelf te voeden- kan een

loonsverhoging zijn voor een bepaalde groep van mensen in de voedingssector. Het onmiddellijke doel moet niet direct gelinkt zijn aan het grotere doel. Mensen moeten overleven en zich goed voelen en die eis kunnen we dagelijks stellen. We gebruiken de onmiddellijke doelen om te werken naar de grotere doelen. Hoe? Door onze strategie!

De strategie is onze kracht. Arbeiderscontrole over elke boerderij, in elke verwerkingsfabriek, in elk distributiecentrum en elk warenhuis, in elke winkel en elk marktkraam. Arbeiderscontrole. We willen een strijdbare instelling op elke werkvloer. We willen die kracht coördineren in de hele wereldwijde industrie. We willen de kracht om omstandigheden te veranderen en de industrie beheren zodat er niks in die industrie kan gebeuren als de arbeiders daar niet mee instemmen. Om die kracht lokaal en per industrietak op te bouwen zullen we arbeidersraden nodig hebben om gezamenlijke beslissingen te nemen en onze acties te coördineren.

Een loonsverhoging afdwingen voor een groep mensen die in de voedingsindustrie werken betekent nog niet dat we de industrie hebben overgenomen. De loonsverhoging zal onze beweging enkel vooruit helpen als het de werknemers zélf zijn die de overwinning behaald hebben. Als iemand anders dat in hun plaats doet groeit hun zelfvertrouwen en kracht niet.

De kracht van arbeiders reikt ook verder dan de organisatie zelf. Het overstijgt een gewone 'vakbond' en streeft naar een veralgemeende en verinnerlijkte cultuur van verzet waar de mensen zich bewust worden van hun kracht en die kracht ook voortdurend gaan gebruiken. We willen mensen in de landbouw- en voedingsindustrie arrogant maken, onbestuurbaar en explosief. We willen dat ze het gevoel hebben dat ze recht hebben op de wereld. Ooit zullen ze wel moeten!

Omdat arbeiderscontrole de strategie is zullen we de vaardigheden en ervaring in die richting moeten ontwikkelen van collega-organisators. Vaardigheden doorgeven aan steeds meer mensen vergroot de kracht van elke afdeling in de industrie. Daarom is het een onderdeel van onze strategie om mensen actief te trainen en te bouwen aan een steeds groeiende vijver van ervaren en toegewijde organisators. Herinner je dat ons doel was om gratis voedsel te voorzien voor elke mens? Om dit doel te bereiken zullen onze organisators waarschijnlijk bewuste revolutionairen moeten worden. Nog waarschijnlijker zullen die collega-organisators door stakingen en strijd radicaler worden dan de leraars van de revolutie. Daarom moet persoonlijke ontwikkeling onderdeel zijn van de strategie. Onze strategie wil mensen vormen tot organisators en organisators vormen tot revolutionairen. We vormen arbeidsplaatscomités en industriële comités die de strijd vooruit duwen. In het volgende hoofdstuk willen we het hebben over de tactieken die mensen kunnen gebruiken. Wat zijn volgens jou de tactieken die onze kracht zullen versterken, onze vastberadenheid zullen verdiepen, ons vertrouwen zullen sterken, ons bewustzijn zullen verruimen en ons zullen helpen onze dromen waar te maken?

Doelstellingen. Dan strategie. Dan tactiek. Deel II van II

In het vorige hoofdstuk hebben we het gehad over doelstellingen, strategie en tactiek. We riepen onze dromen op - onze uiteindelijke doelen. Als voorbeeld zeiden we 'gratis eten voor elke mens op aarde'. Dan stelden we tussendoelen: 'arbeiderscontrole van de landbouw- en voedingsindustrie'. Maar om onszelf te eten te geven deze week was ons onmiddellijke doel een loonsverhoging. Daarna hebben we een strategie gekozen waarmee we zowel onze loonsverhoging als onze einddoelen konden bereiken. We werkten onze strategie uit rond onmiddellijke behoeften en het uitbouwen van onze kracht om het onmogelijke waar te maken. Onze strategie verenigt mensen in comités zowel lokaal als federaal. Mensen verenigen zich echter op veel manieren, dus we zullen werken met wat de situatie ons voorlegt. Om die strategie toe te passen hebben we nood aan tactieken.

Tactieken zijn de concrete stappen die we ondernemen om vooruit te gaan met onze strategie. Onze tactieken moeten onze vastberadenheid tonen om de hele voedingsindustrie te transformeren. De poging om met een groep voedselarbeiders een loonsverhoging af te dwingen steunt op de gezamenlijke actie van de mensen. De lokale en federale comités kiezen tactieken die bouwen aan vertrouwen en die met succes de mensen hun eigen kracht laten zien op de arbeidsplaats.

Zo zou het kunnen lopen: mensen ondertekenen een brief en leggen die in groep voor aan de baas. Iedereen draagt een speciaal T-shirt. Als de baas weigert zullen ze allemaal meedoen met één dag lang negeren van de baas om hem te doen voelen dat ze niet gelukkig zijn. Het kan nodig zijn dat mensen pamfletten uitdelen aan de klanten, verkopers, vertegenwoordigers, chauffeurs die passeren, mensen die in de buurt werken en investeerders. Het punt is dat de baas onze solidariteit en vastberadenheid te laten zien. Als het management koppig blijft kan een 'iedereen-ziek'- of een 'werk-traag'-actie de volgende stap zijn.

Het is belangrijk dat de mensen zélf beslissen om een tactiek al dan niet te gebruiken en om de marsrichting samen te bepalen. Als onze acties te zwaar steunen op 'buitenstaanders' -de media, advocaten, onderhandelaars of zelfs de zogenaamde 'gemeenschap'- kunnen we alsnog een loonsverhoging verkrijgen, maar wiens vaardigheden, vertrouwen en kracht bouwen we dan uit en maken we dan zichtbaar? Als we het goed doen zal elke kleine overwinning het vertrouwen van mensen in zichzelf een duw in de rug geven.

Als de mensen gewend zijn aan het eisen van tegemoetkomingen door middel van van onze eigen kracht zullen ze zien dat we kracht hebben. Als de mensen die kracht voelen schuiven we op van 'biefstuk'eisen naar bredere politieke eisen die onze eigenlijke doelen dichterbij brengen. Als de mensen in de landbouw- en voedingsindustrie wereldwijd vaardig worden in het eisen van controle over hun jobs zullen ze binnenkort goed worden in het controleren van landbouw en voedsel in het algemeen.

Dit was maar één voorbeeld. Zie je hoe de puzzelstukken in elkaar passen? Deze manier van kijken naar onze taak kan op bijna alles worden toegepast. Van het plannen van een staking tot het printen van T-shirts voor onze groep of afdeling: de methode van 'doelen, strategie, tactiek' helpt ons een beter zicht te krijgen op onze activiteit.

Heb je ooit een tactiek willen gebruiken die in strijd is met je strategie of gewoon zonder strategie? Dan is vaak het probleem dat doelen niet uitgesproken worden. Je hebt bijvoorbeeld zin om met zijn allen per onmiddellijk in staking te gaan maar het vijfjarenplan zegt dat je in stilte wou organiseren. In dat geval kan het beantwoorden van één of andere belediging en de tijdelijke vrijheid die misschien gewonnen kan worden misschien wel het echte doel geworden en vinden sommigen de langetermijndoelen niet de moeite van het wachten waard. Het onuitgesproken doel van veel tactieken is één of andere vorm van bevrediging. Het is belangrijk dit te erkennen en een geduldige strategie af te wegen met onze niet te onderdrukken verlangens. Of we zoeken naar manieren om onze tactieken in te passen in onze strategie.

Als we deze methode gebruiken stellen we een aantal vanzelfsprekendheden rond onze 'tactieken' in vraag. Gebruiken we een tactiek -'We maken een perstekst!', 'We staan piket!' enzovoort- en dromen we onze doelen dan op basis van wat we denken te kunnen winnen? Of plannen we een strategie en kiezen we dan doelbewust de tactieken die echt zullen bouwen aan onze gezamenlijke kracht? Deze methode stelt ook een aantal zogenaamde 'principes' op de proef en laat ze bewijzen dat ze nuttig zijn in de praktijk meer dan als 'heilige waarheden'. 'Wij hebben geen betaalde krachten in onze vakbond!', 'Wij hebben zéér lage afdrachten!' 'Wij tekenen geen contracten!', 'Wij hebben geen verplichtende voorwaarden voor lidmaatschap!', enz...: al die dingen moeten we beslissen omdat ze zinvol zijn in onze strategie naar ons doel, niet omdat we dat ergens in een bijbel hebben gelezen.

Eerst doelen –om te bepalen wat we morgen écht willen en wat we denken dat we vandaag kunnen winnen. Dan strategie –om de campagne te plannen waarmee we onze doelen willen bereiken en de kracht en het vertrouwen van mensen op te bouwen. Dan tactiek –om de concrete stappen te bepalen die onze vastberadenheid laten zien en de machtsverhoudingen te veranderen.

Organiseren op de werkvloer en de checklist voor ontwikkeling van leden.

Hieronder staan twee checklijsten die we kunnen gebruiken om systematisch en doelbewust om te gaan met de ontwikkeling van onze collega's in goede organisatoren.

Checklist voor mensen met wie we werken in een campagne

Doelen: engagement van de betrokkenen bij de campagne vergroten en versterken; lid maken; van de betrokkenen organisatoren maken; hen helpen een goede organisator te worden.

- Organiseer een 'één-op-één' tussen betrokkene en een organisator
- Laat ze een vergadering meedoen (vergadering om actieplan of doelstellingen te bepalen, etc)
- Een korte training voor Organisatoren (TO)
- Een langere training voor Organisatoren (TO 101)
- Ga met een organisator mee naar een 'één-op-één' in de rol van copiloot, nadien evalueren samen
- Ga met een organisator mee naar een 'één-op-één' in de hoofdrol, nadien evalueren samen
- Zelf een 'één-op-één' op poten zetten met een collega van hun
- Zelf een 'één-op-één' doen met een collega van hun (zelfstandig)
- Deelnemen aan een actie
- Lid worden van de IWW (en de checklist voor leden nalopen; zie hieronder)

From:

<https://anarchisme.nl/> - **Anarchisme.nl**

Permanent link:

https://anarchisme.nl/namespace/de_dam_ontwortelen

Last update: **16/10/19 10:14**