



The Zeitgeist Movement
Chapters Guide

Version 2.0 - April 2012

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1 Βασικές έννοιες.....	6
1.1 Εισαγωγή.....	6
1.2 Ένα τμήμα στο Κίνημα Zeitgeist.....	7
1.3. Όντας ρεαλιστές σχετικά με τις προσδοκίες μας.....	8
1.4 Σημείο εστίασης σε ένα τμήμα.....	11
Κεφάλαιο 2 Δημιουργώντας ένα Εθνικό Τμήμα.....	14
2.1. Συγκέντρωση Εθελοντών και Κοινωνικά Δίκτυα.....	14
- Ρωτήστε τον συντονιστή για την διαχείριση των τμημάτων.....	14
- Ψάξτε για οποιαδήποτε σελίδα ή ομάδα στα κοινωνικά δίκτυα.....	14
- Κάντε μια αναζήτηση στο Google.....	15
- Ρωτήστε την Παγκόσμια Μεταφραστική Ομάδα.....	15
- Η δική σας «κοινότητα».....	15
- Φτιάξτε μια σελίδα στο Facebook	15
- Φτιάξτε ένα λογαριασμό Twitter.....	15
- Φτιάξτε ένα κανάλι στο Youtube.....	15
- Άλλες Σελίδες Κοινωνικών Δικτύων.....	16
2.2. Δημιουργία Ιστοσελίδας και Εργαλείων.....	16
Απόκτηση ενός καλού Διαδικτυακού Ονόματος (ή αρκετών).....	16
Χτίσιμο μιας Ιστοσελίδας.....	17
Σημαντικές πτυχές που πρέπει να θυμάστε.....	17
Εγκατάσταση Εργαλείων.....	18
Ένα Σύστημα Εγγράφων.....	18
Ένα Σύστημα Διαχείρισης Έργων.....	18
Ένα Σύστημα Αποθήκευσης Αρχείων.....	19
Οργάνωση της Βασικής Ομάδας.....	19
Τί είναι η σύγχρονη και η ασύγχρονη δραστηριότητα;.....	19
Τί είναι το φαινόμενο της «διάχυσης ευθυνών» και γιατί είναι τόσο σημαντικό;.....	20
Δημιουργώντας την Βασική Ομάδα.....	20
- Ορίζοντας την Διαχείριση του Τμήματος και τις Αρμοδιότητες.....	20
- Τμήματα με υποτμήματα.....	21
- Πολλαπλοί Συντονιστές.....	21
- Καθορισμός της Μεταφραστικής Ομάδας.....	21
- Ορισμός της Ομάδας Πολυμέσων.....	22
- Ορισμός της ομάδας Δημοσίων Σχέσεων.....	22
Ορίζοντας την Ροή των Ανθρώπινων Πόρων: «Ομάδες» και «Έργα».....	22
2.4 Επέκταση σε Περιφερειακά Τμήματα.....	23
Κεφάλαιο 3: Δημιουργώντας ένα Περιφερειακό Τμήμα.....	25
3.1 - Επισκόπηση.....	25
3.2 - Ξεκινώντας.....	26
1. Επικοινωνήστε με τον εθνικό συντονισμό τμημάτων.....	26
2. Εγκαταστήστε εργαλεία επικοινωνίας.....	26
3. Οργανώστε ένα σχέδιο ανάπτυξης η οδηγίες ανάπτυξης και εφαρμόστε τα.....	26
3.3 - Διατηρώντας την Εστίαση.....	27

Κεφάλαιο 4 Δημιουργώντας ένα τοπικό τμήμα.....	28
4.1 - Εισαγωγή.....	28
4.2 - Εξεινώντας	28
I. Υπάρχει κάποιο τμήμα ήδη στην περιοχή σας;.....	28
II. Εάν δεν υπάρχει τμήμα στην περιοχή σας:.....	29
III. Σκοπός του Τμήματος:.....	29
IV. Το τμήμα σας δημιουργήθηκε, τι κάνετε τώρα;	30
V. Οι Πόροι του Τμήματος.....	30
Εκπαιδευτικά:.....	30
Πολυμέσα:.....	31
VI. Συντηρώντας ένα Τμήμα.....	31
Συνοχή:.....	31
4.3 - Βρίσκοντας Εθελοντές και Οργανώνοντας μια Βασική Ομάδα.....	31
Βρίσκοντας Εθελοντές.....	32
Βασική Ομάδα.....	33
Κοινές Ανησυχίες και Παγίδες:.....	33
Παραμείνετε Ευέλικτοι:	33
Διασπαστικοί Άνθρωποι.....	34
Σημείωση για την έννοια του «μέλους»:.....	34
Σημείωση για τις ιστοσελίδες:	34
Κεφάλαιο 5 Οργανώνοντας εκδηλώσεις.....	35
5.1 Τύποι Εκδηλώσεων.....	36
Συναντήσεις Τμήματος.....	36
Εκδηλώσεις στον Δρόμο.....	36
Δημόσιες Εκθέσεις (Προβολές Ταινιών).....	37
Διαλέξεις.....	37
Φυσικές Συναντήσεις.....	37
Μεγάλα φεστιβάλ τύπου συναυλιών.....	38
Φεστιβάλ Δρόμου των Τοπικών Κοινοτήτων.....	38
Τοπικά Φεστιβάλ Ταινιών.....	39
Συνέδρια.....	39
Ετήσια Z-Day.....	39
Ετήσιο Zeitgeist Media Festival (Φεστιβάλ Τεχνών).....	40
5.2 - Βρίσκοντας Χώρο	40
5.3 - Συγκεντρώνοντας Υλικό	40
Μη ζητάτε χρήματα, ζητήστε πόρους.....	40
Να είστε πολύ διαφανείς.....	40
Χρηματοδότηση μέσω κυβερνητικών κονδυλίων/επιχορηγήσεις για τον πολιτισμό ή άλλα....	41
Χορηγία και συνεργασία με οργανώσεις ομοίων ιδεών.....	41
5.4 Προωθώντας την Εκδήλωση	41
Κοινωνικά Δίκτυα.....	41
Στόμα με Στόμα.....	41
Διαδικτυακές Αγγελίες.....	42
Τοπικές εφημερίδες (έντυπες ή διαδικτυακές).....	42
Δελτίο Τύπου.....	42
Πανεπιστήμια και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα.....	42
Δράσεις στον Δρόμο.....	43

Τοπικά Μέσα.....	43
Υλικό για προώθηση	43
Επαγγελματικές Κάρτες.....	43
Φυλλάδια.....	43
DVD.....	43
Αφίσες.....	43
Πινακίδες Δρόμου.....	44
Αφίσες.....	44
5.5 Εκτελώντας την Εκδήλωση.....	44
Να έχετε διαθέσιμο υλικό.....	44
Συγκεντρώστε υλικό.....	44
Μέλη.....	44
Προγραμματισμός και Ευελιξία.....	44
Εξασφαλίστε ότι η ιστοσελίδα για την εκδήλωση είναι ελκυστική.....	45
Εξασφαλίστε την ακεραιότητα όλων των πληροφοριών.....	45
Food & Beverage.....	45
Κρατήστε σημειώσεις για την εκδήλωση στο τέλος.....	45
Κεφάλαιο 6 Οργανώνοντας ομάδες εργασίας.....	46
6.1 - Η έννοια «δική σου η ιδέα, δικό σου και το έργο».....	46
6.2 - Κατευθυντήριες γραμμές.....	46
Δημιουργήστε ένα παράδειγμα.....	47
Χωριστείτε και αναθέστε εργασίες.....	47
Εκτιμήστε όλες τις συνεισφορές, όσο μικρές και αν είναι.....	47
Αποδεχτείτε την εποικοδομητική κριτική.....	47
Βοηθήστε τους ανθρώπους να πιστέψουν στον εαυτό τους.....	47
Θυμίστε στους ανθρώπους έναν ανώτερο σκοπό.....	48
Αποφύγετε να κάνετε την περισσότερη δουλειά.....	48
Ενημερωθείτε και ενημερώστε	48
Μείνετε Εστιασμένοι.....	48
Να είστε Υπομονετικοί	48
6.3 - Μεθοδολογία Έργου.....	49
6.4 - Ορίζοντας μια Δομή Έργου.....	49
Ορίζοντας τον στόχο και την λογική.....	49
Έμφαση στον Σχεδιασμό(Τρίτη φάση).....	50
6.5 - Οργανώνοντας τους Εθελοντές.....	50
Κεφάλαιο 7 Διατηρώντας την πρόοδο.....	51
7.1 - Πετυχαίνοντας το καλύτερο αποτέλεσμα σε μια συνάντηση.....	51
Διευκόλυνση.....	51
Παρακολουθήστε τις τάσεις της ομάδας.....	51
Βεβαιωθείτε ότι ο καθένας έχει την ευκαιρία να μιλήσει.....	51
Ενθαρρύνετε την ανοικτή συζήτηση.....	51
Τραβήξτε τους ανθρώπους με ανοικτές ερωτήσεις.....	51
Εισάγετε το χιούμορ.....	52
Παραφράστε.....	52
Μάθετε να αντιμετωπίζετε δύσκολες συμπεριφορές:.....	52
Αναγνωρίστε τα σημεία σύγκλισης απόψεων.....	52
Προτείνετε επιλογές όταν τελειώνει ο χρόνος.....	52

Σκεφτείτε να κάνετε ένα τελευταίο γύρο στο τέλος της συνάντησης.....	52
7.2 - Κρατώντας τους Ανθρώπους.....	52
Μείνετε σε επαφή.....	53
Καλωσορίστε τους νέους.....	53
Δώστε προσοχή στις διαδικασίες της ομάδας.....	53
Δράστε περισσότερο, συναντηθείτε λιγότερο.....	53
Να έχετε μετριοπαθείς χρονικές απαιτήσεις.....	53
Κάντε το σε ζευγάρια.....	54
Δώστε χρόνο για κοινωνικοποίηση και δραστηριότητες.....	54
Να παρέχετε εκπαίδευση δεξιοτήτων.....	54
7.3 - Κοινά Προβλήματα και Κίνδυνοι.....	54
Ομάδες Ειδικών Ενδιαφερόντων.....	54
Διαπροσωπικές Διαμάχες.....	55
Προκλήσεις στην Ιδιωτικότητα.....	55
Εξτρεμισμός.....	55
Πολύ λίγη διασκέδαση.....	55
Πολύ έμφαση στην οργάνωση και πολύ λίγη στην αποστολή.....	55
Πάρα πολλές συναντήσεις και πολύ λίγη δράση.....	56
Πάρα πολλοί άνθρωποι.....	56
Οι λάθος άνθρωποι.....	56
Πολύ λίγη επαφή.....	56
Πολύ λίγος χρόνος.....	57
Πολύ βραχυπρόθεσμοι στόχοι.....	57
Οι στόχοι υπερβαίνουν των πόρων.....	57
Κεφάλαιο 8 Γενικές Οδηγίες προς τα τμήματα.....	58
8.1 - Ιστοσελίδες Τμήματος.....	58
Κάθε ιστοσελίδα τμήματος πρέπει να περιέχει:.....	58
Για τις άλλες ιστοσελίδες του τμήματος ή για κάθε άλλο εικονικό μέσο, ισχύουν οι ακόλουθες οδηγίες:.....	58
8.2 - Ακτιβισμός στον δρόμο.....	58
8.3 - Διαδηλώσεις.....	59
8.4 - Εύρεση Χρημάτων.....	59

Κεφάλαιο 1

Βασικές έννοιες

1.1 Εισαγωγή

Ο στόχος αυτού του οδηγού είναι να βοηθήσει και να διευκολύνει την δημιουργία και την ανάπτυξη οποιουδήποτε τύπου Τμήματος εντός του *Kινήματος Zeitgeist*. Τα θέματα που καλύπτονται περιλαμβάνουν αλλά δεν περιορίζονται στα: οργάνωση μιας κύριας ομάδας μελών· οργάνωση τοπικών δράσεων και έργων· θέσπιση μέσων επικοινωνίας· αντιμετώπιση του «θορύβου» στο τμήμα και ούτω καθεξής.

Πριν διαβάσετε αυτό το κείμενο και προσπαθήσετε να δημιουργήσετε ένα τμήμα, προτείνεται να διαβάσετε η να δείτε τον *Οδηγό Προσανατολισμού του Kινήματος Zeitgeist* (ο οποίος μπορεί να βρεθεί στο www.thezeitgeistmovement.com) ώστε να κατανοήσετε τους γενικούς σκοπούς και τον τρόπο σκέψης του κινήματος, όπως επίσης και τις λεπτομέρειες σχετικά με το μοντέλο της παγκόσμιας Οικονομίας Βασισμένης στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους (NLRBE) το οποίο υποστηρίζει.

Ένα βασικό λογικό συμπέρασμα του Κινήματος, όπως προκύπτει από εμπειρικά στοιχεία σχετικά με την οικονομική και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, όπως επίσης και από κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, είναι ότι προκειμένου να προχωρήσουμε προς ένα βιώσιμο, ειρηνικό και ευτυχισμένο μέλλον σε αυτόν τον πλανήτη, το χρηματοπιστωτικό σύστημα πρέπει να αντικατασταθεί. Αυτό οφείλεται στο ότι είναι εγγενώς και ανεπανόρθωτα ελαττωματικό, καθώς και ότι είναι υπεύθυνο, είτε άμεσα είτε έμμεσα, για ένα μεγάλο ποσοστό της καταστροφής στον κόσμο. Το Κίνημα *Zeitgeist* βρίσκεται πραγματικά στο κατώφλι της ιστορίας, υπό την έννοια ότι προσπαθεί να ενημερώσει τον κόσμο σχετικά με το ότι το χρηματοπιστωτικό σύστημα είναι πλέον παρωχημένο. Η παρουσία του κινήματος σε τοπικό κοινοτικό επίπεδο-το πιο ορατό σημείο στο πλήθος-είναι το παγκόσμιο δίκτυο των τοπικών τμημάτων σε όλο τον κόσμο. Ως εκ τούτου, με την έναρξη και την ανάπτυξη ενός τοπικού τμήματος, σύμφωνα με τις αρχές και αντιλήψεις του κινήματος, συνεισφέρετε προσωπικά σε αυτή την εξέλιξη της ιστορίας με ένα πολύ θετικό τρόπο.

Όπως συμβαίνει στα περισσότερα έγγραφα, και εδώ γίνεται απαραίτητα χρήση πολύ βασικών, αλλά δυνητικά πολωτικών όρων όπως «εμείς», «δικό μας», «αυτοί», «δικό τους», και παράγωγά τους, στο πλαίσιο μεγαλύτερων φράσεων. Αν και μια τέτοια διατύπωση χρησιμοποιείται για να γίνεται διάκριση μεταξύ κάποιων όρων και προσφέρεται για την ορθή μεταφορά του υλικού, είναι κρίσιμο να κατανοήσουμε ότι δεν η φράση «εμείς ενάντια σε αυτούς» δεν υφίσταται μέσα στο Κίνημα *Zeitgeist*. Το «εμείς» το αποτελούμε όλοι μας, καθώς εν τέλει είμαστε ένα είδος που μοιράζεται αυτόν τον εύθραυστο πλανήτη. Αυτή πρέπει να είναι η νοοτροπία σας καθώς εκτελείτε ακτιβιστικό έργο με το Κίνημα *Zeitgeist*.

Αντίθετα με τα περισσότερα κινήματα και τις οργανώσεις που λειτουργούν σήμερα, σύμφωνα με ένα

ιεραρχικό σύστημα, «ο δικός μας» σκοπός παίρνει μορφή γύρω από ένα κοινό σύνολο αντιλήψεων, οι οποίες είναι ο φορέας των ιδεών που «εμείς» συλλογικά συμφωνήσαμε να υποστηρίζουμε, και ελπίζουμε ότι και άλλοι τελικά θα κάνουν το ίδιο. Αυτό επιτρέπει στο κίνημα να λειτουργεί χωρίς αρχηγό και να παραμένει ανεπηρέαστο, στο σύνολο του, από τις αλλαγές που μπορεί να γίνονται σε οποιοδήποτε μεμονωμένο τμήμα, λειτουργώντας με βάση την εθελοντική συμμετοχή και την συναίνεση. Τόσο η έννοια όσο και ο ρόλος του «ηγέτη» γίνονται περιττά όταν οι ομάδες μοιράζονται την ευθύνη για την ολοκλήρωση εργασιών, την λήψη αποφάσεων, και την επίτευξη αποτελεσμάτων.

Εποι, ανεξάρτητα από την πορεία της εκπαίδευσης και της ευαισθητοποίησης που τους έφερε σε αυτό το σημείο, κάθε άτομο το οποίο είναι ενήμερο για την ύπαρξη του κινήματος και συνηγορεί υπέρ του έργου που γίνεται από αυτό, και συνεπώς τις αρχές και τους στόχους του, γίνεται άμεσα αντιπρόσωπος του κινήματος οποιαδήποτε στιγμή το αποφασίσει. Από αυτό το σημείο απαιτείται μόνο ένα μικρό βήμα εππλέον για να διαδώσει αυτές τις πληροφορίες, να ξεκινήσει ένα τμήμα, και να συμβάλει στο Κίνημα. Όπως είναι φυσικό λοιπόν ενθαρρύνεται η συμμετοχή όλο και περισσότερων ανθρώπων σε αυτή τη διαδικασία προκειμένου να φτάσουμε σε μια κριτική μάζα ενημερωμένων ανθρώπων στην κοινωνία όσο το δυνατόν γρηγορότερα.

1.2 Ένα τμήμα στο Κίνημα Zeitgeist

Το Κίνημα Zeitgeist έχει μια οργανωτική δομή η οποία βασίζεται σε τμήματα τα οποία διευκολύνουν τον συλλογικό ακτιβισμό καθώς και την ροή πληροφορίας με έναν οργανωμένο τρόπο, που σχετίζεται με μια τεράστια ποικιλία ανθρώπων ανά τον κόσμο.

Ορισμός

Ένα τμήμα ορίζεται ως μια ομάδα ενεργών μελών του Κινήματος Zeitgeist τα οποία κινητοποιούνται αυτοβιόλως σε μια συγκεκριμένη περιοχή και λειτουργούν ως αντιπρόσωποι του Κινήματος στην εκάστοτε περιοχή.

Λειτουργία

Η λειτουργία ενός τμήματος είναι να δημιουργεί και να διατηρεί ένα περιβάλλον εργασίας από το οποίο μπορεί να υλοποιηθεί ο ακτιβισμός σε συμφωνία με την κατανόηση η οποία υποστηρίζεται από το κίνημα. Είναι επίσης μέρος της παγκόσμιας δομής τμημάτων για την παροχή και λήψη πληροφοριών και για την διεξαγωγή ακτιβισμού μεγαλύτερης κλίμακας.

Επίπεδα Τμημάτων

- α) Διαχείριση Τμημάτων - Αποτελείται από τους διεθνείς συντονιστές
- β) Εθνικά Τμήματα - Οργανώνονται ανά χώρα (για παράδειγμα Πορτογαλία, Κολομβία, Νέα Ζηλανδία)
- γ) Περιφερειακά Τμήματα - Επόμενο επίπεδο κάτω από το εθνικό, εξειδικευμένο στο πλαίσιο μιας δεδομένης χώρας, για παράδειγμα, περιφέρεια / νομός / πολιτεία / επαρχία
- δ) Τμήματα Πόλεων - Επίπεδο κάτω από το περιφερειακό, εξειδικευμένο στο πλαίσιο μιας δεδομένης πολιτείας ή επαρχίας, για παράδειγμα μια πόλη / προάστιο / πανεπιστημιούπολη

Αυτοί οι διαχωρισμοί τμημάτων και οι διαφορές τους θα αναλυθούν λεπτομερέστερα στη συνέχεια.

1.3. Όντας ρεαλιστές σχετικά με τις προσδοκίες μας

Ως ένα εθελοντικό κίνημα, η συμμετοχή στον ακτιβισμό γίνεται από άτομα τα οποία αντλούν ικανοποίηση από την συνεισφορά του χρόνου τους, των ικανοτήτων τους και των προσωπικών τους πόρων ώστε να επεκτείνουν την κατεύθυνση του κινήματος. Αν ένα άτομο δεν αντλεί κάποιο είδος ικανοποίησης από τη συμμετοχή του, τότε γρήγορα θα κουραστεί και θα προχωρήσει στην αναζήτηση μιας άλλης δραστηριότητας η οποία θα του δίνει περισσότερη ευχαρίστηση. Το επίπεδο της απογοήτευσης ή της ικανοποίησης που νιώθει ένας ακτιβιστής επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την εσωτερική σύγκριση μεταξύ του τι πραγματικά συμβαίνει και των αρχικών προσδοκιών του. Είναι, συνεπώς, σημαντικό να γίνει ένας αυτοέλεγχος όσων αφορά τις προσδοκίες του εκάστοτε ατόμου, συγκεκριμένα σε σχέση με τρεις τομείς, προκειμένου να γίνουν οι ανάλογες προσαρμογές στον τρόπο σκέψης του, οι οποίες θα επιτρέψουν την βελτίωση του αισθήματος ικανοποίησης που θα αντλεί αυτό το άτομο από το έργο που κάνει. Οι τρεις τομείς είναι: τι περιμένει κανείς από μια μετάβαση σε ένα μοντέλο Οικονομίας Βασισμένης στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους (NLRBE), τι περιμένει κανείς από το Κίνημα *Zeitgeist* στο σύνολό του, και τι περιμένει κανείς από το ρόλο του ως συντονιστής τμήματος.

Τι να περιμένετε από μια μετάβαση σε μια Οικονομία Βασισμένη στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους (NLRBE)

Το κίνημα αναγνωρίζει ότι, προκειμένου να δημιουργηθεί αλλά και να συντηρηθεί σε παγκόσμιο επίπεδο ένα βιώσιμο σύστημα, εμείς, ως πολιτισμός, πρέπει να έχουμε τόσο την κατανόηση ενός νέου σύνολου αξιών που απαιτούνται για να συντηρηθεί αυτό το σύστημα καθώς και γνήσια επιθυμία για να συμμετάσχουμε σε αυτό. Αυτή η ανάγκη και η επιθυμία πρέπει να καλλιεργηθεί με την ενημέρωσης μιας κρίσιμης μάζας ανθρώπων - ουσιαστικά μια παγκόσμια αλλαγή του κατεστημένου - το οποίο είναι το σημαντικότερο έργο που πρέπει να γίνει ώστε να εφαρμοστεί το μοντέλο της Οικονομίας Βασισμένης στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους. Κάνουμε το καλύτερο που μπορούμε προκειμένου να αλλάξουμε τον κυρίαρχο τρόπο σκέψης μεταφέροντας αυτές τις πληροφορίες και τις ιδέες σε άλλους δείχνοντας τους τα οφέλη αυτού του νέου μοντέλου σε σύγκριση με το σημερινό οικονομικό σύστημα. Παρότι επιθυμούμε αυτό να συμβεί το συντομότερο δυνατό, και πιστεύουμε ότι όσο περισσότερο εντείνουμε τις ακτιβιστικές μας προσπάθειές τόσο καλύτερες είναι οι πιθανότητες για την επιτάχυνση της προόδου μας, ο καθένας μας ανακαλύπτει γρήγορα ότι αυτός ο ενθουσιασμός δοκιμάζεται καθημερινά από τους φραγμούς της άγνοιας και των δεισιδαιμονιών που διαιωνίζονται από το τρέχον πνεύμα της εποχής. Υπάρχουν επίσης μεγαλύτεροι παράγοντες που σε μεγάλο βαθμό είναι πέρα από τον έλεγχό μας: η εξάντληση και η εκμετάλλευση των φυσικών πόρων, οι φυσικές καταστροφές, οι πόλεμοι και άλλες συγκρούσεις ανά τον κόσμο, ο κυβερνητικός έλεγχος και ο έλεγχος μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης και ούτω καθεξής. Ετσι, είναι πιθανό ότι η Οικονομία Βασισμένη στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους μπορεί να μην εφαρμοστεί κατά τη διάρκεια της ζωής κάποιου. Αυτοί που τα καταφέρνουν ως ακτιβιστές μακροπρόθεσμα είναι αυτοί που βλέπουν την αξία της απλής συμμετοχής σε αυτό το έργο, με σκοπό να διευκολύνουν την εφαρμογή της Οικονομίας Βασισμένης στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους κάποια στιγμή στο μέλλον. Με άλλα λόγια, υπάρχει η ανταμοιβή της ευχαρίστησης που προέρχεται από την πράξη της ευαισθητοποίησης και η οποία δεν εξαρτάται από ένα άμεσο αποτέλεσμα ή άμεσο όφελος. Για να δούμε τις αλλαγές που επιθυμούμε θα

πρέπει να τις εφαρμόσουμε πρώτα εμείς, όπως ειπώθηκε από τον Γκάντι, «Πρέπει να γίνεις η αλλαγή που θέλεις να δεις στον κόσμο», ανεξάρτητα από το αν θα ζήσουμε για να δούμε αυτές τις αλλαγές προσωπικά ή όχι. Όσοι εθελοντές ενεργούν με άμεση ιδιοτέλεια είναι πιθανό να απογοητευτούν γρήγορα από τον ρυθμό της αλλαγής.

Τι να περιμένετε από το κίνημα

Όλοι έχουμε διαφορετικές εμπειρίες από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, κερδοσκοπικούς οργανισμούς, πολιτικές οργανώσεις, επιχειρήσεις, κοινοτικές ομάδες, ίσως και από έναν συνδυασμός αυτών, ή ίσως και κανένα από αυτά. Εξαιτίας αυτού, οι άνθρωποι φέρνουν όλα τα είδη των προσδοκιών με βάση αυτά στα οποία έχουν συμμετάσχει στο παρελθόν. Μερικές από αυτές τις προσδοκίες είναι εφαρμόσιμες στο δικό μας μοντέλο και άλλες όχι. Ένα μεγάλο βιόθημα είναι να κατανοήσουμε πρώτα πώς διαφέρει η δομή μας από άλλους φορείς. Πρώτον, δεν είμαστε μια οντότητα που καταλαμβάνει ένα συγκεκριμένο φυσικό χώρο. Δεν έχουμε γραφεία ή αίθουσες που ορίζονται ειδικά για το έργο μας. Ουσιαστικά, όλος ο κόσμος είναι τόσο η τάξη μας όσο και το γραφείο μας. Είμαστε παγκόσμιοι και χωρίς όρια. Το Κίνημα Zeitgeist (TZM) δεν είναι μια επίσημη οντότητα όπως ορίζεται από οποιαδήποτε κυβέρνηση. Το TZM αναφέρεται στις εκατοντάδες χιλιάδες εθελοντών ακτιβιστών σε όλο τον κόσμο που υποστηρίζουν ενεργά την ευαισθητοποίηση σχετικά με την κατεύθυνση του κινήματος και ταυτόχρονα συμμετέχουν στην υπάρχουσα παγκόσμια δομή επικοινωνίας με κάποιο τρόπο. Το Κίνημα ορίζεται ως μια εκπαιδευτική προσπάθεια που δημιουργήθηκε από ένα δίκτυο εθελοντών οι οποίοι υποστηρίζουν την μετάβαση από ένα χρηματοπιστωτικό οικονομικό σύστημα σε μια Οικονομία Βασισμένη στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους χρησιμοποιώντας την επιστήμη και την τεχνολογία για τη βιώσιμη διαχείριση των πόρων της γης. Εκτός αυτού, έχουμε υιοθετήσει ένα μοντέλο που ομοιάζει περισσότερο με το Κίνημα των Πολιτικών Δικαιωμάτων και η μη βίαιη προσέγγισή μας για τη δημιουργία της αλλαγής έχει εμπνευστεί από προσωπικότητες, όπως ο Mahatma Gandhi και Martin Luther King, Jr. Και τα δύο αυτά άτομα είναι γνωστά για τις μη βίαιες μεθόδους αντίστασης που χρησιμοποίησαν για να κερδίσουν την προσοχή και να δημιουργήσουν ευκαιρίες για να εκπαιδεύσουν άλλους σχετικά με τις νέες δυνατότητες, προκειμένου να διευκολυνθεί μια πολιτισμική αλλαγή σε αξίες που υποστηρίζουν θετική αλλαγή.

Οι προσδοκίες που αφορούν την δραστηριότητα ενός τμήματος θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τη φύση της εργασίας που πραγματοποιείται σε εθελοντική βάση από κινητοποιημένα άτομα που εκτελούν εργασία ανεξάρτητα από το ήδη φορτωμένο πρόγραμμά τους. Εάν, ανά πάσα στιγμή, ένα άτομο δεν είναι σε θέση να συνεισφέρει το χρόνο και την εργασία του λόγω οικογένειας, υγείας, μετεγκατάστασης, δουλειάς ή άλλων προσωπικών θεμάτων, αναμένεται ότι μπορεί να επιλέξει να διακόψει ή, τουλάχιστον, να κάνει μια παύση στην εθελοντική εργασία του. Άρα οι προσδοκίες ενός συντονιστή, πρέπει να επιτρέπουν ποικίλους κύκλους παραγωγικότητας οι οποίοι αντανακλούν μια συνεχή εναλλαγή καθώς νέοι εθελοντές αναλαμβάνουν πιο ενεργούς ρόλους και μερικοί έμπειροι εθελοντές αποχωρούν σε συνεχή βάση. Για το λόγο αυτό προσπαθούμε να αυτοματοποιήσουμε και να τυποποιήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερο την επικοινωνία μας, ώστε να μπορούμε να διατηρούμε εύκολα την δυναμική μας με νέους εθελοντές. Παρά τις προσπάθειες ώστε να διευκολύνεται η λειτουργία ενός τμήματος, ένα ορισμένο επίπεδο τόσο υπομονής όσο και δημιουργικής επίλυσης προβλημάτων απαιτείται καθώς εργαζόμαστε με περιορισμένο αριθμό πόρων και εθελοντών.

Τι να περιμένετε από έναν Συντονιστή Τμήματος

Οι ιδέες αυτού του κινήματος φαίνονται αυτονόητες και, ως εκ τούτου, οι υποστηρικτές οι οποίοι γίνονται εθελοντικά Συντονιστές Τμήματος μπορεί να περιμένουν από τους άλλους να είναι εξίσου ενθουσιώδεις και υποστηρικτικοί μέσω της δράσης τους όταν εκτεθούν σε αυτές τις πληροφορίες. Δυστυχώς, η εύρεση εθελοντών με το ίδιο επίπεδο αποδοχής και κατανόησης, οι οποίοι έχουν στη διάθεση τους διακριτική ευχέρεια χρόνου ώστε να συμβάλλουν, και οι οποίοι είναι πραγματικά πρόθυμοι να αφιερώσουν τον ελεύθερο χρόνο τους σε αυτή την κατεύθυνση, δεν είναι τόσο εύκολο. Αντί να είστε απογοητευμένοι από την κατάσταση αυτή, βοηθά να κατανοήσετε ότι αυτό δεν οφείλεται σε τυχόν ελλείψεις με αυτούς που ασχολείστε, αλλά στον σκόπιμο κοινωνικό σχεδιασμό του ίδιου του πνεύματος της εποχής, το οποίο σημαίνει εν γένει ότι οι περισσότεροι από μας εξαναγκάζονται ή πιέζονται να ζήσουν σε μια μορφή αγχωτικής και αποπροσανατολιστικής μισθωτής σκλαβιάς. Καθώς το τρέχον κοινωνικοοικονομικό σύστημα συνεχίζει να καταρρέει, οι άνθρωποι ασχολούνται με την επιβίωσή τους: με το να καλύπτουν τις ανάγκες τους, να είναι σε θέση να θρέψουν τις οικογένειές τους, και να φροντίζουν για τις βασικές ανάγκες. Επιπλέον, πολλοί άνθρωποι έχουν περάσει όλη τους τη ζωή δεχόμενοι κατήχηση από το περιβάλλον τους η οποία τους ετοίμασε για να είναι εργαζόμενοι και καταναλωτές, και η οποία τους οδηγούσε στο να αφήνουν άλλους να παίρνουν αποφάσεις για τους ίδιους αντί να υιοθετούν πρακτικές αυτοεκπαίδευσης και μια στάση αμφισβήτησης των κυρίαρχων θεσμών. Είναι επίσης αλήθεια ότι ορισμένες πολιτισμικές διαφορές σε διάφορες γεωγραφικές περιοχές είναι περισσότερο έτοιμες και ανοικτές για την εκμάθηση νέων, προοδευτικών στοιχείων από άλλους πολιτισμούς/περιοχές, ίσως λόγω του υψηλότερου μέσου όρου κοινωνικής συνείδησης ή απλώς επειδή έχουν περισσότερο διαθέσιμο χρόνο για να αφιερώσουν σε αυτή τη διαδικασία. Με βάση αυτές τις αντιλήψεις, είναι σημαντικό να μην αποθαρρύνεστε εάν αισθάνεστε ότι παίρνει κάποιο χρόνο στους άλλους εθελοντές να επιταχύνουν για να σας βοηθήσουν στο σχεδιασμό και την εκτέλεση εκδηλώσεων ευαισθητοποίησης και άλλων δραστηριοτήτων. Κάθε τμήμα ξεκίνησε με τουλάχιστον ένα άτομο να κάνει κάποιο είδος προσπάθειας για να μοιραστεί αυτή τη γνώση με τους άλλους με κάποιο τρόπο. Ορισμένα τμήματα είχαν μόνο ένα άτομο για τη διάδοση πληροφοριών μέχρι και ένα ολόκληρο χρόνο πριν έρθουν άλλοι για να βοηθήσουν και το τμήμα να αρχίσει να αυξάνεται. Το σημαντικό πράγμα είναι ότι κάνετε μια προσπάθεια να ενημερώσετε τους πολίτες για το πού μπορούν να βρουν λύσεις στα προβλήματα που αντιλαμβάνονται, αν ενδιαφέρονται. Σπέρνετε σπόρους που μπορεί να πάρει λίγο χρόνο για να αναπτυχθούν. Οι συντονιστές οι οποίοι κινητοποιούνται, οργανώνονται από μόνοι τους και αντλούν ευχαρίστηση απλά από την έναρξη νέων συνομιλιών οπού και να βρίσκονται, απολαμβάνουν την συνάντηση με νέους ανθρώπους και τείνουν να τα πηγαίνουν καλύτερα, μακροπρόθεσμα, στο να ξεκινούν κάτι.

Μερικές φορές είναι δελεαστικό να θέλετε να αναπαράγετε όλες τις μεγάλες εκδηλώσεις που κάνουν τα άλλα τμήματα επειδή επιθυμείτε αυτό το είδος της εκδήλωσης για την κοινότητά σας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να γνωρίζετε τα όριά σας και να σχεδιάσετε τις εκδηλώσεις σε μια κλίμακα σχετική με το πραγματικό επίπεδο ενδιαφέροντος στην περιοχή σας. Μια προτεινόμενη πορεία δράσης είναι να ξεκινήσετε με μικρές εκδηλώσεις στον δρόμο, σε καφετέριες, σε δημόσιες βιβλιοθήκες ή δημοτικά πνευματικά κέντρα. Στη συνέχεια, καθώς το τμήμα μεγαλώνει και εμφανίζονται πιο έμπειροι εθελοντές, θα καταστεί δυνατό να ξεκινήσετε τον προγραμματισμό για εκδηλώσεις μεγαλύτερης εμβέλειας. Είναι χρήσιμο να καταλάβουμε ότι είναι καλύτερα να προγραμματιστεί μια εκδήλωση για 30 θέσεις και να καταλήξει να διώχνει κάποιους ανθρώπους λόγω της υπερκάλυψης των θέσεων από το να καταβάλετε τεράστια ενέργεια και πόρους στην ενοικίαση ενός χώρου 500 θέσεων και υψηλής τεχνολογίας για μια εκδήλωση που θα παρίστανται μόνο 20 άτομα. Είναι ασφαλέστερο να προγραμματίσετε την εκδήλωση έτσι ώστε οι πόροι να ταιριάζουν όσο καλύτερα γίνεται με το επίπεδο ενδιαφέροντος και την δυνατότητα της κοινότητας και στη συνέχεια αν πρέπει να απομακρύνετε ανθρώπους αυτό μπορεί απλά να λειτουργήσει ως πηγή πληροφοριών για την επόμενη εκδήλωση σας

ώστε να είναι ελαφρώς μεγαλύτερη ή να φιλοξενήσετε το ίδιο γεγονός ξανά μια άλλη μέρα για να φιλοξενηθούν περισσότεροι άνθρωποι. Πολλοί άνθρωποι αρχίζουν μόνο εικονικά, διοργανώνοντας τακτικές συναντήσεις σε απευθείας σύνδεση σε ένα κανάλι TeamSpeak πριν από την φυσική συνάντηση. Ωστόσο, είναι σημαντικό, ακόμα και στα αρχικά στάδια, τα άτομα να αισθάνονται άνετα κάνοντας ακτιβισμό πρόσωπο με πρόσωπο στους δρόμους, σε δημόσια μέρη ή σε μικρές συγκεντρώσεις για να αρχίζουν να διασυνδέονται με τους ανθρώπους εντός της κοινότητάς τους σε βασικό επίπεδο.

1.4 Σημείο εστίασης σε ένα τμήμα

Ως τμήμα, το σημείο εστίασης πρέπει να είναι να εκπαιδεύετε και να ευαισθητοποιείτε αποδοτικά μια δεδομένη περιοχή. Τα τμήματα έχουν διαφορετικά επίπεδα, και για κάθε επίπεδο υπάρχει συγκεκριμένο σημείο εστίασης. Αυτά τα σημεία είναι:

Ένα Εθνικό Τμήμα πρέπει να εστιάζει στο να δημιουργεί τα βασικά εργαλεία και μια οργανωτική δομή για την ανάπτυξη περιφερειακών τμημάτων, επίσης θα πρέπει να εστιάζει στην μετάφραση, την οργάνωση, την δημιουργία, την ανάπτυξη και την προσαρμογή του περιεχομένου των πληροφοριών στην περιοχή τους έτσι ώστε να χρησιμοποιούνται από τα υποτμήματα στον τοπικό τους ακτιβισμό.

Ένα Περιφερειακό Τμήμα πρέπει να εστιάζει στην ελάφρυνση του εθνικού τμήματος από την ευθύνη της επέκτασης σε πολλές περιφερειακές πόλεις μέσω της ευθείας υποστήριξης, καθοδήγησης και προώθησης αυτών των εξελίξεων. Στην αρχή ένα περιφερειακό τμήμα μπορεί να μοιάζει με ένα τμήμα πόλης, μέχρι να μεγαλώσει τόσο ώστε να διαιρεθεί σε έναν αριθμό τοπικών τμημάτων στην ίδια περιοχή.

Ένα Τοπικό Τμήμα πρέπει να εστιάζει στο να είναι συνεχώς ενεργό στην τοπική περιοχή, συνήθως μια κωμόπολη, μια πόλη, ή ένα πανεπιστημιακό συγκρότημα, με το να διοργανώνει συνεχώς εκδηλώσεις και να προσπαθεί πάντα να φαίνεται και να μεταφέρει το μήνυμα.

Το Κίνημα *Zeitgeist* δεν είναι λέσχη. Πρόκειται για μια παγκόσμια εκστρατεία μαζικής ενημέρωσης. Το αποτέλεσμα της δημιουργίας ενός τοπικού κοινοτικού τμήματος είναι ότι φέρνει τη δραστηριότητα του κινήματος σε επίπεδο κοινότητας - κυριολεκτικά στις αυλές της «μάζας». Ολοένα και αυξανόμενος αριθμός ανθρώπων παρακολουθεί το *Zeitgeist Addendum* ή το *Moving Forward* και αισθάνονται μια σύνδεση με το μήνυμα που μεταφέρουν αυτά τα ντοκιμαντέρ. Είναι πολύ σημαντικό, ωστόσο, τα τμήματα να παίρνουν αυτό το μήνυμα ελπίδας από το διαδίκτυο και τις προβολές σε παγκόσμια κλίμακα, και να το φέρνουν άμεσα στους ανθρώπους. Μόνο τότε γίνεται ένα μήνυμα που ο καθένας μπορεί να συμμετάσχει και να είναι μέρος του. Ο καθένας μπορεί να αισθανθεί τη σύνδεση και να συμμετέχει σε οποιοδήποτε επίπεδο θα επιλέξει.

Ένα άλλο σημαντικό γεγονός που πρέπει να σημειωθεί σχετικά με το τοπικό κοινοτικό τμήμα σας είναι ότι λειτουργεί ως μέτρο για την παγκόσμια ανάπτυξη του Κινήματος *Zeitgeist*. Καθώς αυτά τα τοπικά κοινοτικά τμήματα επεκτείνονται, τόσο περισσότερο θα μεγαλώνει και το μήνυμα και ο ενθουσιασμός. Καθώς οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο θα συνεχίζουν να βλέπουν την ανάπτυξη του κινήματος θα είναι πρόθυμοι να μάθουν περισσότερα σχετικά με αυτό, και να εμπλέκονται περισσότερο με αυτές τις έννοιες. Άρα αυτά τα τοπικά κοινοτικά τμήματα ενισχύουν ολόκληρο το κίνημα όντας κυριολεκτικά η

σύνδεση με τις μάζες. Με την πάροδο του χρόνου αυτή η αύξηση της δικτύωσης σε όλο τον κόσμο θα κορυφωθεί και θα φτάσει στην κρίσιμη μάζα.

Μια τυπική ανησυχία σε αυτό το σημείο θα μπορούσε να είναι, «*Ισως δεν είμαι σε μια αρκετά μεγάλη περιοχή για να έχω ένα τμήμα ...*» Αυτό είναι απόλυτα αναληθές. Τμήματα χρειάζονται παντού. Αν, για παράδειγμα, ζείτε σε μια μικρή πόλη των 1200 ατόμων ή και λιγότερων, είστε έμπειροι γνώστες και υποκινείστε από τις αρετές του κινήματος, τότε πρέπει να ξεκινήσετε ένα τμήμα. Και πάλι, αυτό θα δείξει ότι το Κίνημα είναι παντού· ότι οι άνθρωποι σε όλες τις γωνιές του πλανήτη έχουν κίνητρο για να αναλάβουν δράση. Καμία τοποθεσία δεν είναι τόσο ασήμαντη ώστε να παραμεριστεί, ενώ οι άνθρωποι που ζουν εκεί έχουν κίνητρο για να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση τους και να υποκινήσουν την αλλαγή.

Η δουλειά σας ως τμήμα είναι απλά να είστε εκεί· να είστε εκεί ως κοινοτική παρουσία. Είναι υψίστης σημασίας να γίνετε μέρος της κοινότητάς σας. Δημιουργήστε ένα μικρό τραπεζάκι σε μια μικρή κοινοτική γιορτή ή σε ένα μεγάλο υπαίθριο φεστιβάλ μουσικής το Σαββατοκύριακο και σε κάθε γεγονός που είστε σε θέση να διαχειριστείτε. Αυτή η παρουσία είναι αυτό που σας κάνει ένα τοπικό κοινοτικό τμήμα του Κινήματος *Zeitgeist*.

Έχετε πάντα κατά νου ότι το Κίνημα *Zeitgeist* είναι μια μαζική εκστρατεία ενημέρωσης που προσπαθεί να παρουσιάσει στο ευρύ κοινό ένα εναλλακτικό μήνυμα για το σημερινό σύστημα. Ο τρόπος με τον οποίο είμαστε σε θέση να διαπιστώσουμε εάν το μήνυμα αυτό περνάει είναι κατά κύριο λόγο από τον αριθμό των νέων τμημάτων που ξεκινούν, και, δεύτερον με τον αριθμό των «μελών» σε κάθε τμήμα και την αύξηση των μελών του με την πάροδο του χρόνου.

- Ένα Μέλος

Είναι σημαντικό να διευκρινισθεί τι εννοούμε με τον όρο «μέλος». Μέλος ενός τοπικού τμήματος είναι κάποιος που έχει «εγγραφεί» στο τοπικό κοινοτικό τμήμα του, που σημαίνει ότι έχουν εγγραφεί στην ιστοσελίδα του τμήματος ή/και στην ηλεκτρονική λίστα. Αν ένα τμήμα έχει 50 ή 100 ή 250 «μέλη», αυτά είναι απλά οι άνθρωποι που έχουν υπογράψει με τον τρόπο αυτό. Πρόκειται για μια εξαιρετικά απλή διαδικασία κατά την οποία δεν υπάρχουν προϋποθέσεις για να ενταχθεί κάποιος, και τα μέλη δεν χρειάζεται να καταβάλλουν «συνδρομή μέλους». Αυτοί οι άνθρωποι δεν είναι υποχρεωμένοι να παρίστανται στις συναντήσεις, ή να είναι διαθέσιμοι για κάθε κάλεσμα του τμήματος, ή ακόμα και να συμμετέχουν με οποιονδήποτε τρόπο αν δεν το επιθυμούν. Εάν ο στόχος σας είναι η μέγιστη συμμετοχή τότε η πραγματικότητα θα γίνει γρήγορα πολύ απογοητευτική, καθώς πολλά, αν όχι τα περισσότερα, «μέλη» δεν θα συμμετάσχουν ποτέ σε τέτοιο επίπεδο. Ωστόσο, μπορείτε να είστε σίγουροι ότι αυτή η σιωπηλή πλειοψηφία των μελών, στην πραγματικότητα, υποστηρίζει το Κίνημα, ανεξάρτητα από το πόσο ορατή είναι η συμβολή τους. Πολλοί το κάνουν στη δική τους σφαίρα και στις αλληλεπιδράσεις τους, στις συζητήσεις τους, έστω και μόνο στο μυαλό τους· και αυτό είναι ένα σημαντικό σημείο εκκίνησης για την απαιτούμενη αλλαγή συνείδησης.

Ένα πράγμα που έχουν κοινό οι περισσότεροι από αυτούς τους ανθρώπους, τα «μέλη» ή οι εγγεγραμμένοι, είναι ότι έχουν δει τις ταινίες «*Zeitgeist*» και/ή μία ή περισσότερες από τις πολλές διαδικτυακές διαλέξεις του Κινήματος *Zeitgeist*, και αισθάνθηκαν τόσο συνδεδεμένοι με το μήνυμα, ώστε αποφάσισαν να «εγγραφούν» και να γίνουν «μέλη». Αυτό είναι ένα παράδειγμα της επιτυχίας του μηνύματος που προσπαθεί να μεταφέρει το Κίνημα, και τα μέλη είναι ένα ισχυρό όργανο μέτρησης της επιτυχίας μας.

Θα υπάρχουν δύο κύριες ομάδες που θα απαρτίζουν το τμήμα σας. Τα μέλη ή οι εγγεγραμμένοι και η «βασική» ομάδα. Δεν πρέπει να ανησυχείτε πάρα πολύ για τα μέλη ή τους εγγεγραμμένους, καθώς αυτοί δεν είναι το κύριο σημείο εστίασης. Η βασική ομάδα θα γίνει η ραχοκοκαλία του τμήματος σας. Με απλά λόγια, η βασική ομάδα είναι το σύνολο των αφοσιωμένων ατόμων που «καταλαβαίνουν το υλικό του Κινήματος» και έχουν σταθερή παρουσία στις συναντήσεις του τμήματος, στις εκδηλώσεις, και ούτω καθεξής. Αυτή είναι η ομάδα που θα κάνει το τοπικό κοινοτικό τμήμα να ζωντανέψει, και να εργαστεί ώστε να γίνει μια πολύ ορατή παρουσία εντός της κοινότητάς σας.

Πώς αναπτύσσεται μια «βασική» ομάδα; Αρχικά είστε εσείς· και θα γίνει μια ομάδα όλων των βασικών μελών που συμμετέχουν στο τμήμα σας και αισθάνονται την ανάγκη να αναλάβουν δράση, και οι οποίοι, ως εκ τούτου, κάνουν μια ισχυρή δέσμευση για την οικοδόμηση της κοινοτικής παρουσίας. Αυτά τα άτομα θα εμφανιστούν με τη δική τους θέληση· δεν χρειάζεται απαραίτητως να τα αναγνωρίσετε ή/και να τους «στρατολογήσετε» καθώς έχουν ήδη κινητοποιηθεί από μόνοι τους και θα σας προσεγγίσουν οι ίδιοι. Μια γενική υποσημείωση είναι ότι αυτά τα άτομα έχουν επίσης οργανωθεί από μόνα τους και έχουν ενημερωθεί από το υλικό του κινήματος, συνεπώς γνωρίζουν ήδη τι πρέπει να γίνει. Στην ιδανική περίπτωση μια «βασική» ομάδα θα αποτελείται από δύο έως οκτώ άτομα που θα δώσουν τα ταλέντα και τις δυνάμεις τους στο τμήμα. Είναι σημαντικό να γίνει κατανοητό ότι μια «βασική» ομάδα δε μπορεί να γίνει πολύ μεγάλη, καθώς χάνει την αποτελεσματικότητά της μετά από ένα ορισμένο σημείο. Τα περισσότερα μέλη που συμμετέχουν στο τμήμα σας δεν θα συμμετάσχουν σε αυτά τα επίπεδα. Για μεσαίου επιπέδου συμμετοχή, υπάρχει πάντα η ανάγκη για εθελοντές, οι οποίοι είναι διαθέσιμοι και πρόθυμοι να βοηθήσουν με συγκεκριμένες εκδηλώσεις και δραστηριότητες.

Τώρα που έχετε μια βασική γνώση όσων αφορά το από τι αποτελείται ένα τμήμα και πώς λειτουργεί, η ενότητα αυτή ολοκληρώνεται με την αναθεώρηση της λέξης «λέσχη». Ο κύριος λόγος για τον οποίο ένα τμήμα δεν πρέπει να συμπεριφέρεται ως μια λέσχη ή να έχει μέλη «λέσχης» είναι απλά ότι η ευαισθητοποίηση περιλαμβάνει συνεχή ανάπτυξη, ενώ οι «λέσχες» και «τα μέλη λέσχης» έχουν ανεβοκατεβάσματα - με το «πάνω» να είναι ένας θετικός ρυθμός ανάπτυξης, και το «κάτω» να είναι μια αρνητική ανάπτυξη. Εάν διοικείτε το τμήμα σας με μια νοοτροπία «λέσχης» ή «συμμετοχής των μελών» μπορεί κάποια στιγμή να αντιμετωπίσετε «αρνητική» ανάπτυξη, με γεγονότα που κυμαίνονται από την περιστασιακή «διαγραφή μελών από την λίστα», ή στην χειρότερη περίπτωση, έντονα προβλήματα σε ολόκληρο το τμήμα. Αυτό μπορεί να οδηγήσει τα υπόλοιπα μέλη να απογοητευτούν και να αποθαρρυνθούν, και αυτό δεν ωφελεί κανέναν.

Κεφάλαιο 2

Δημιουργώντας ένα Εθνικό Τμήμα

2.1. Συγκέντρωση Εθελοντών και Κοινωνικά Δίκτυα

Τα να καταφέρετε να φέρετε εθελοντές για να βοηθήσουν στην δημιουργία οποιουδήποτε τμήματος είναι ένα σημαντικό στοιχείο για την εδραίωση ενός ισχυρού τμήματος. Σε εθνικό επίπεδο, ενώ τεχνικά απαιτείται μόνο ένα άτομο για να δημιουργήσει τη δομή για ένα εθνικό τμήμα, είναι πολύ σημαντικό να λάβει όλη τη πρόσθετη βοήθεια που θα μπορούσε να έχει.

Για να μεγιστοποιήσετε την πιθανότητα να λάβετε βοήθεια στα αρχικά στάδια της δημιουργίας του τμήματος, ένα σημαντικό πρώτο βήμα είναι να βρείτε αν υπάρχει κάποιος αντιπρόσωπος ή κάποια άλλη δομή που σχετίζεται με το Κίνημα Zeitgeist στην χώρα σας. Μπορείτε να κάνετε τα ακόλουθα:

- Ρωτήστε τον συντονιστή για την διαχείριση των τμημάτων

Σε περίπτωση που δεν το έχετε κάνει ήδη, στείλτε e-mail στην Παγκόσμια Διαχείριση Τμημάτων [Global Chapter Administration (GCA)] στο chapters@thezeitgeistmovement.com και πείτε τους ότι θέλετε να δημιουργήσετε ένα τμήμα στην χώρα σας. Αν έχει επικοινωνήσει κάποιος πριν από εσάς για την δημιουργία τμήματος στην χώρα σας, θα λάβετε τα στοιχεία επικοινωνίας του ως απάντηση καθώς και άλλες υποδείξεις και/ή ερωτήσεις.

Σημείωση: Καθώς ακολουθείτε όλα τα βήματα και τις συστάσεις που ακολουθούν για τη δημιουργία ενός εθνικού τμήματος, παρακαλούμε να στέλνετε συχνές ενημερώσεις στο chapters@thezeitgeistmovement.com με την τρέχουσα κατάσταση του τμήματος, καθώς και τις επιλογές ή τα θέματα που αντιμετωπίζετε. Η GCA έχει έμπειρους συντονιστές για να σας συμβουλεύσουν και να σας καθοδηγήσουν, και αυτό είναι ένα πολύτιμο εργαλείο.

- Ψάξτε για οποιαδήποτε σελίδα ή ομάδα στα κοινωνικά δίκτυα

Αυτό είναι αρκετά ευθύ, για παράδειγμα: κάντε μια αναζήτηση στο Facebook με πιθανούς όρους αναζήτησης για μια ομάδα του Κινήματος Zeitgeist στη χώρα σας, για παράδειγμα, «Zeitgeist [η χώρα σας]» ή «Zeitgeist Movement» όπως μεταφράζεται στην τοπική σας γλώσσα. Αν έχετε οποιαδήποτε αποτελέσματα θα πρέπει να προσπαθήσετε να έρθετε σε επαφή με τον διαχειριστή της σελίδας (αν πρόκειται για μια σελίδα), να στείλετε ένα προσωπικό μήνυμα (αν είναι ένας λογαριασμός-προφίλ) και/ή να αναρτήσετε την διάθεση σας για βοήθεια (αν είναι μια ομάδα).

Άλλες γνωστές ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι μεταξύ άλλων: Google+, Twitter, Myspace και ούτω καθεξής. Μην ξεχάσετε να ελέγχετε αν υπάρχει μια ομάδα με τη χώρα/περιοχή/πόλη σας στην ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης του TZM (<http://www.tzmnnetwork.com/>).

- Κάντε μια αναζήτηση στο Google

Παρότι είναι αρκετά σπάνιο, είναι πιθανό να μπορείτε να βρείτε χρήσιμες πληροφορίες κάνοντας μια αναζήτηση στο Google χρησιμοποιώντας όρους αναζήτησης, όπως αυτοί που αναφέρθηκαν παραπάνω. Μπορεί να διαπιστώσετε ότι κάποιος πραγματοποίησε κάποια εκδήλωση στη χώρα σας και την προώθησε στο blog του, ή ότι κάποιος έχει ήδη αρχίσει να φτιάχνει μια ιστοσελίδα και δεν έχει ακόμα επικοινωνήσει με την GCA ([href="mailto:chapters@thezeitgeistmovement.com">](mailto:chapters@thezeitgeistmovement.com)).

- Ρωτήστε την Παγκόσμια Μεταφραστική Ομάδα

Στη Παγκόσμια Μεταφραστική Ομάδα, μερικές φορές υπάρχουν ενεργοί μεταφραστές από χώρες που δεν έχουν τμήμα. Στέλνοντας ένα e-mail στη Παγκόσμια Μεταφραστική Ομάδα (linguisticteam@gmail.com), μπορεί βρείτε τα στοιχεία τους, κάτι που μπορεί αργότερα να είναι ένα πολύτιμο στοιχείο που θα σας βοηθήσει στην μελλοντική ανάπτυξη του τμήματός σας.

- Η δική σας «κοινότητα»

Μερικά τμήματα ξεκινούν με μια ομάδα φίλων οι οποίοι θέλουν να κάνουν κάτι. Εάν νιώθετε ότι οι φίλοι σας ή οι συγγενείς σας υποστηρίζουν το κίνημα, ίσως θα μπορούσατε να τους ζητήσετε να εμπλακούν και να σας βοηθήσουν.

Αφού έχετε κάνει την «έρευνά» σας εφαρμόζοντας τα παραπάνω βήματα, τότε σας συμβουλεύουμε να κάνετε τα ακόλουθα:

- Φτιάξτε μια σελίδα στο Facebook

Φτιάξτε μια σελίδα στο facebook, ανεβάστε ένα λογότυπο, προσθέστε μερικές εφαρμογές όπως μια εισαγωγική σελίδα, και τροφοδοτείστε την με υλικό σε σχέση με το κίνημα στην περιοχή και/ή αναπαράγετε μερικά νέα/ενημερώσεις από την παγκόσμια σελίδα του TZM στο Facebook.

Σημείωση: Αποφύγετε τη δημιουργία ενός λογαριασμού-προφίλ για το τμήμα, καθώς μια τέτοια ενέργεια είναι ενάντια με τους κανόνες χρήσης του Facebook (TOS - Terms of Service) και μπορεί να οδηγήσει στην απενεργοποίηση του προφίλ σας από το Facebook.

- Φτιάξτε ένα λογαριασμό Twitter

Αυτό είναι επίσης πολύ απλό: δημιουργήστε ένα λογαριασμό, επεξεργαστείτε το προφίλ αναλόγως (προσθέστε το λογότυπο, επεξεργαστείτε τη διεύθυνση URL, κλπ.). Επιπλέον, μπορείτε να συνδέσετε τον λογαριασμό Twitter με τον λογαριασμό στο Facebook· με αυτό τον τρόπο ότι ανεβάζετε στον ένα λογαριασμό θα αναρτάται αυτόματα και στον άλλον.

- Φτιάξτε ένα κανάλι στο Youtube

This is pretty straightforward: create a channel, upload some videos that might already be translated into your language. You might want to be a YouTube partner to enable longer video duration in your channel (in the footer links on the youtube homepage, click “Creators & Partners”). After you have done this, email GCA at chapters@thezeitgeistmovement.com so your channel can later be linked to the TZM Official Channel.

Σημείωση: Παρακαλώ σεβαστείτε τις κατευθυντήριες γραμμές για παραβίαση πνευματικών δικαιωμάτων του Youtube· αλλιώς, το κανάλι σας μπορεί να επηρεαστεί αρνητικά και η κατάσταση σας ως συνεργάτης να ανακληθεί αμέσως.

- Άλλες Σελίδες Κοινωνικών Δικτύων

Μπορείτε επίσης να συμμετάσχετε σε άλλους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης που μπορεί να έχουν επιτυχία στη χώρα σας. Απλά φροντίστε να έχετε μια μικρή ροή εργασίας στο κεφάλι σας ή να σημειώνετε σχετικά την σειρά με την οποία θα ενημερώνετε το περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σας, γιατί όσο περισσότερα έχετε, τόσο περισσότερο θα πρέπει να επαναλάβετε την ίδια ενέργεια κάθε φορά που θέλετε να στείλετε μια ενημέρωση.

2.2. Δημιουργία Ιστοσελίδας και Εργαλείων

Αφού δημιουργήσετε τα κοινωνικά σας δίκτυα και λάβετε ορισμένη βοήθεια, μπορείτε να προχωρήσετε με την εγκατάσταση της βάσης του τμήματός σας, την ιστοσελίδα.

Πού θα ήμασταν χωρίς το Διαδίκτυο; Όλοι αναγνωρίζουμε τη σημασία αυτού του ισχυρού εργαλείου για την οργάνωση των ακτιβιστικών ομάδων και τη διευκόλυνση της επικοινωνίας του μηνύματος τους σε ένα ευρύτερο κοινό. Είναι εξαιρετικά σημαντικό, επομένως, να δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα για να παρέχει αυτές τις πληροφορίες.

Η ιστοσελίδα θα είναι το σημείο αναφοράς σας, όπου νέοι επισκέπτες θα μαθαίνουν περισσότερα για το κίνημα στην περιοχή τους και στη γλώσσα τους· εκεί όπου οι υποστηρικτές θα ενημερώνονται για τα τεκταινόμενα του κινήματος· και εκεί όπου όσοι ενδιαφέρονται θα είναι σε θέση να συμβάλουν, να ενταχθούν, να επικοινωνήσουν, και να οργανωθούν.

Σημείωση: Ως μέρος της δομικής σχεδίασης της ιστοσελίδας του τμήματος σας, ένας μακροπρόθεσμος στόχος που πρέπει να θυμάστε είναι η επέκταση του σε σελίδες περιφερειακών τμημάτων και, ενδεχομένως, την δημιουργία δικών τους ιστοσελίδων.

Απόκτηση ενός καλού Διαδικτυακού Ονόματος (ή αρκετών)

Πριν αρχίσετε να χτίζετε την ιστοσελίδα, πρέπει πρώτα να αποκτήσετε ένα Διαδικτυακό Όνομα (domain). Αυτά σήμερα είναι πολύ φθηνά με ονόματα όπως tzm-usa.org να κοστίζουν λιγότερο από 10 ευρώ ανά έτος. Κατά την επιλογή ενός διαδικτυακού ονόματος, είναι καλύτερο να ψάξετε κάτι που περιγράφει το τμήμα σαφώς· ένα παράδειγμα για την Ισπανία θα ήταν:

- movimientozeitgeist.es - Το κίνημα Zeitgeist μεταφράζεται στα ισπανικά και η επέκταση του ονόματος αντιστοιχεί στην χώρα - «es» σημαίνει «Ισπανία»

Παρόλα αυτά, επεκτάσεις όπως το .org είναι επίσης καλές και είναι πιθανώς και οι πιο φθηνές.

-zeitgeistspain.org - Απλά η λέξη zeitgeist και η χώρα από την οποία προέρχεται το τμήμα, είναι επίσης ένα αξιοπρεπές όνομα.

Υπάρχουν, σαφώς, και άλλα πιθανά ονόματα.

Επιπλέον, μπορεί να θέλετε να αγοράσετε δύο ονόματα ή/και ένα τρίτο για να φιλοξενείτε τις σελίδες των δημόσιων δράσεων σας. Ένα όνομα όπως zday.es είναι πολύ πιο εύκολο να το θυμηθεί κανείς και να μπει σε ένα φυλλάδιο αντί για το movimientozeitgeist.es. Παρόλα αυτά, όλα τα δευτερεύοντα ονόματα μπορούν να ρυθμιστούν έτσι ώστε να κάνουν ανακατεύθυνση στο κεντρικό, ή τουλάχιστον να παρέχουν ένα σύνδεσμο σε αυτό.

Σημείωση: Όταν χρησιμοποιείται ένα ειδικό όνομα για τις «δράσεις» θα πρέπει να ανακατευθύνετε σε μια συγκεκριμένη σελίδα με πληροφορίες για οτιδήποτε προωθείτε.

Χτίσιμο μιας Ιστοσελίδας

Επί του παρόντος, είναι διαθέσιμο ένα πρότυπο από την GCA που έχει τα περισσότερα από τα περιεχόμενα οργανωμένα και ένα καλό επίπεδο λειτουργικότητας ιστοσελίδας. Είναι σχετικά εύκολο να το διαχειριστεί αν δεν είστε εξοικειωμένοι με την ανάπτυξη ιστοσελίδων, και φαίνεται επίσης επαγγελματική με ένα καθαρό σχέδιο. Επικοινωνήστε με την GCA για αυτό το πρότυπο (chapters@thezeitgeistmovement.com).

Προεπισκόπιση:<http://tzmchapters.co.cc/template>

Με αυτό το πρότυπο έχετε τρεις επιλογές:

- α. Ακολουθήστε τις οδηγίες και χρησιμοποιείστε το στο τμήμα σας.
- β. Χρησιμοποιήστε το ως ένα αρχικό σημείο, επεκτείνετε την λειτουργικότητά του και ούτω καθεξής
- γ. Αναπτύξτε την δική σας ιστοσελίδα αλλά κρατήστε το πρότυπο ως κύρια πηγή αναφοράς για το επίπεδο της δομής του περιεχομένου και της λειτουργικότητας την οποία προσφέρει.

Φυσικά κάθε επιλογή έχει τις δικές τις απαιτήσεις σε γνώσεις και ικανότητα όσων αφορά τον σχεδιασμό ιστοσελίδων.

Είστε ελεύθεροι να χτίσετε πάνω στο πρότυπο ή να φανείτε δημιουργικοί φτιάχνοντας το δικό σας· παρόλα αυτά παρακαλείστε να τηρήσετε τις ελάχιστες κατευθύνσεις που αναφέρονται στις στο τμήμα «Πολιτικές του Κινήματος» στο τέλος αυτού του εγγράφου.

Για να είναι αποτελεσματική η ιστοσελίδα ενός τμήματος, πρέπει να έχει αρκετές λειτουργίες, συμπεριλαμβανομένων των:

- έναν καλό σχεδιασμό που να μοιάζει επαγγελματικός, όπως επίσης και εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία
- Μην υποτιμάτε την δύναμη των αποδιοργανωτικών χρηστών (γνωστοί και ως trolls).
- κάποιο είδος μέσου στο οποίο οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους, για παράδειγμα blog, forum, chat, και ούτω καθεξής.

Σημαντικές πτυχές που πρέπει να θυμάστε

-Μην υποτιμάτε την δύναμη των αποδιοργανωτικών χρηστών (γνωστοί και ως trolls).

Αν σκοπεύετε να έχετε ένα forum, blog/σύστημα σχολίων ή chat, βεβαιωθείτε ότι έχετε ανθρώπους που είναι πρόθυμοι να τα διαχειριστούν και να εργαστούν για την επέκταση της ομάδας. Το τελευταίο πράγμα που θέλετε είναι ένα πανηγύρι προσωπικών επιθέσεων, άσχετο υλικό, spam, κλπ. Αυτό δεν επηρεάζει μόνο τη δημόσια εικόνα σας, αλλά «καταστρέφει» γρήγορα την εικονική κοινότητα που εργαστήκατε για να χτίσετε και να συντηρήσετε.

- Βάλτε τον εαυτό σας στην λογική του επισκέπτη όταν χρησιμοποιείτε την ιστοσελίδα.

Δεν θέλετε να αποτρέψετε τους επισκέπτες σας από το να μάθουν ή να βοηθήσουν έχοντας «κενά» στην πληροφορία ή στην περιήγηση που θα τους μπερδεύουν. Τις περισσότερες φορές, όσο πιο απλή είναι η περιήγηση και η δομή της ιστοσελίδας, τόσο το καλύτερο.

- Η ιστοσελίδα δεν είναι το τμήμα σας, είναι απλά ένα εργαλείο.

Το πραγματικό τμήμα είναι τα μέλη σας, και καμιά ιστοσελίδα - όσο καλή και λειτουργική και να είναι - δεν μπορεί να βοηθήσει να διατηρηθεί και να μεγαλώσει το τμήμα σας αποδοτικά εάν έχετε μια μη-λειτουργική δομή οργάνωσης και επικοινωνίας μεταξύ της βασικής ομάδας για την διαχείριση των πόρων και την ροή των εργασιών.

Εγκατάσταση Εργαλείων

Ταυτόχρονα, καθώς εργάζεστε για να δημιουργήσετε την ιστοσελίδα, πρέπει επίσης να βάλετε σε προτεραιότητα τα βασικά εργαλεία τα οποία η βασική ομάδα καθώς και τα μελλοντικά ενεργά μέλη του τμήματος θα χρησιμοποιούν για να οργανώνουν τα έγγραφα, τα αρχεία, τις εργασίες και ούτω καθεξής.

Αυτά τα εργαλεία στήνονται σχετικά γρήγορα και εύκολα. Η χρησιμότητά και η επιτυχία τους εξαρτάται από τον ενεργό «τρόπο σκέψης» της βασικής ομάδας, και την εποικοδομητική συνέργεια ανάμεσα σε εσάς και στην ομάδα.

Ένα Σύστημα Εγγράφων

Αυτό είναι ένα εργαλείο που θα αποτελέσει μια βασική ραχοκοκαλιά του πυρήνα του τμήματος και όλα τα έργα που αναπτύσσει. Ενώ είναι δυνατό να διαχειριστεί κάποιος ένα τμήμα και την οργάνωσή του χωρίς αυτό, υπάρχουν ισχυρά πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την ύπαρξη ενός κεντρικού και οργανωμένου συστήματος εγγράφων.

Με ένα σύστημα εγγράφων, όπως το Google Docs, μπορείτε να τα έχετε όλα αυτά οργανωμένα σε φακέλους και να βρίσκετε πάντα κάτι χωρίς να χρειάζεται να ζητάτε τον σύνδεσμο ή να το προσθέτετε στους σελιδοδείκτες. Μπορείτε επίσης να μοιραστείτε έγγραφα με διάφορους ανθρώπους και να εργαστείτε με ένα συνεργατικό τρόπο, με κοινές εργασίες, όπως η δημιουργία φορμών, υπολογιστικών φύλλων, έγγραφων κειμένου, παρουσιάσεων και ούτω καθεξής.

Προκειμένου να δημιουργήσετε ένα φάκελο για το τμήμα σας απλά στείλτε ένα email στην GCA στο chapters@thezeitgeistmovement.com ζητώντας να προστεθείτε στο «Παγκόσμιο Σύστημα Εγγράφων του TZM». Όταν προστεθείτε θα λάβετε κάποιες οδηγίες για το πώς να το χρησιμοποιήσετε.

Ένα Σύστημα Διαχείρισης Έργων

Το να δημιουργήσετε ένα Σύστημα Διαχείρισης Έργων (Project Management System - PMS) μπορεί να είναι πολύ χρήσιμο για το τμήμα σας, ειδικά καθώς αυτό μεγαλώνει. Εκεί θα μπορείτε να φιλοξενείτε διάφορα έργα την ίδια στιγμή.

Υπάρχουν δεκάδες αν όχι εκατοντάδες πιθανές λύσεις σε αυτόν τον τομέα: ωστόσο, το Open Atrium είναι γνωστό και έχει χρησιμοποιηθεί στο Κίνημα από διάφορα τμήματα και ομάδες λόγω των εργαλείων και της λειτουργικότητας που προσφέρει, καθώς και την ευκολία χρήσης. Το Open Atrium είναι μια πλατφόρμα ανοικτού κώδικα που σχεδιάστηκε ειδικά για να κάνει μεγάλες ομάδες να επικοινωνούν καλύτερα. Είναι ένα εσωτερικό διαδικτυακό τοπικό δίκτυο υπολογιστών με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: ένα blog, ένα wiki, ένα ημερολόγιο, μια λίστα εκκρεμοτήτων, ένα shoutbox, και ένα ταμπλό για να διαχειρίζεται όλα. Μια «προσαρμοσμένη» εγκατάσταση του Open Atrium με βασικά παραδείγματα της οργάνωσης του τμήματος και των έργων ομαδοποιείται αυτή τη στιγμή ως ένα πρόσθετο στο πρότυπο του TZM για τις ιστοσελίδες των τμημάτων.

Σημείωση: Μην υποθέσετε ότι ένα PMS είναι η απάντηση στα οργανωτικά προβλήματα σας: ένα καλό PMS δεν θα σας σώσει από την κακή οργάνωση ή/και την πειθαρχία της εργασίας, ή την έλλειψη αυτής.

Ένα Σύστημα Αποθήκευσης Αρχείων

Καθώς το τμήμα σας αρχίζει να μεγαλώνει θα υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη να έχετε ένα κοινό σημείο όπου τα αρχεία θα αποθηκεύονται και θα οργανώνονται. Αυτά τα αρχεία μπορεί να έχουν πολλούς σκοπούς και μέσα: παρόλα αυτά, η μεγαλύτερη χρήση τους θα είναι για να μεταφέρουν αρχεία των έργων και να

φιλοξενούν αρχεία τα οποία κατεβάζουν συχνά από την ιστοσελίδα του τμήματος οι χρήστες, και έτσι να μειώνεται ο φόρτος από το προσωπικό σας παροχέα φιλοξενίας. Είναι πολύ εύκολο να φτιάξετε ένα κοινό σύστημα αποθήκευσης αρχείων και υπάρχουν πολλές επιλογές. Ανάλογα με τις ανάγκες σας μπορείτε να επιλέξετε τι νομίζετε ότι είναι καλύτερο για εσάς και το τμήμα σας. Μερικές πολύ κοινές υπηρεσίες τις οποίες χρησιμοποιούν τα τμήματα είναι το Dropbox και το Mediafire.

Οργάνωση της Βασικής Ομάδας

Όπως όλοι μας ξέρουμε δεν είναι αρκετό να έχεις ένα σύνολο ανθρώπων που να θέλουν να βοηθήσουν. Πρέπει να υπάρχει και ένας μηχανισμός ώστε να είναι σε θέση να βοηθήσουν αποτελεσματικά και με ένα οργανωμένο τρόπο, και με αυτό τον σκοπό στο μυαλό μας φτάνουμε σε ένα σημείο όπου οι βασικές ανάγκες πρέπει να οριστούν.

Πριν πάμε σε περισσότερες λεπτομέρειες για το πως να δημιουργήσετε έναν πυρήνα, παραθέτουμε μερικά σημαντικά σημεία:

Τι είναι η σύγχρονη και η ασύγχρονη δραστηριότητα;

Πολύ απλά η σύγχρονη δραστηριότητα απαιτεί οι συμμετέχοντες να βρίσκονται σε ένα συγκεκριμένο χώρο και χρόνο εργαζόμενοι σε κάτι μαζί, ενώ η ασύγχρονη δραστηριότητα είναι όταν οποιοσδήποτε συμμετέχων μπορεί να εργαστεί, οποτεδήποτε επιθυμεί, ανεξάρτητα από τους άλλους.

Ένα παράδειγμα σύγχρονης δραστηριότητας είναι μια φυσική συνάντηση. Μια συνεύρεση της ομάδας όπου μπορεί να συζητούν θέματα πρόσωπο με πρόσωπο έχει τα πλεονεκτήματά της. Παρόλα αυτά η συγκέντρωση «γύρω από ένα τραπέζι» δεν είναι πάντα δυνατή για όλους όσους επιθυμούν να συμμετάσχουν λόγω αλληλοσυγκρουόμενων προγραμμάτων, προσωπικών υποχρεώσεων και ούτω καθεξής. Οι συγκεντρώσεις πρόσωπο με πρόσωπο επίσης αποκλείουν αυτούς που θέλουν να παρακολουθήσουν και να συνεισφέρουν αλλά ζουν σε πολύ μακρινή απόσταση από το σημείο της συνάντησης.

Εδώ είναι που μπαίνουν οι διαδικτυακές συναντήσεις. Η θέσπιση μιας διαδικτυακής παρουσίας χρησιμεύει για την ενίσχυση της αλληλεπίδρασης της ομάδας, λόγω της αίσθησης συνέχειας που παρέχεται πέρα από τις φυσικές συναντήσεις. Επίσης, επιτρέπει σε κάποιον να συμμετέχει από την άνεση του σπιτιού του, δημιουργώντας ένα περιβάλλον ανεξάρτητο από τις μεταβλητές του χώρου και του χρόνου και επιτρέποντας την «ασύγχρονη» συμμετοχή. Για παράδειγμα, ένα μέλος μπορεί να συμβάλει με τις ιδέες του στις 3 μ.μ. και ένα άλλο μπορεί να συνεχίσει το έργο στις 3 π.μ.

Τι είναι το φαινόμενο της «διάχυσης ευθυνών» και γιατί είναι τόσο σημαντικό;

Η διάχυση της ευθύνης είναι ένα κοινωνικό-ψυχολογικό φαινόμενο κατά το οποίο ένα άτομο είναι λιγότερο πιθανό να αναλάβει ευθύνη για μια δράση ή αδράνεια όταν είναι άλλοι παρόντες. Το άτομο θεωρεί ότι είτε άλλοι είναι υπεύθυνοι για την ανάληψη δράσης, ή ότι το έχουν ήδη πράξει. Το φαινόμενο τείνει να συμβαίνει σε ομάδες των ανθρώπων πάνω από ένα ορισμένο κρίσιμο μέγεθος και όταν η ευθύνη δεν έχει ανατεθεί ρητά. Αυτό συμβαίνει σπάνια, όταν το άτομο είναι μόνο του· η διάχυση τείνει να αυξάνεται σε ομάδες των τριών ή περισσοτέρων ατόμων.

Αυτό το φαινόμενο συμβαίνει πιο συχνά από ότι μπορεί να πιστεύουμε. Μέσα στο Κίνημα, έχει εκδηλωθεί με πολλούς τρόπους:

- Έλλειψη δραστηριότητας η συνοχής μετά από την παρουσίαση μιας εξαιρετικής ιδέας/συζήτησης γιατί κανένας δεν πήρε την ευθύνη να το «αναλάβει» ή να το εφαρμόσει.

- Έλλειψη συνοχής ή οργανωτικής εκτέλεσης μετά από συζήτηση για κάποιες ενέργειες ή ρόλους ενός έργου. Αυτό μπορεί να συμβεί όταν το έργο διαχειρίζεται από περισσότερους των δυο ανθρώπων, ή όταν τα μέλη απορρίπτουν το «ρόλο του διαχειριστή».
- Ελάχιστες απαντήσεις όταν αποστέλλονται μαζικά email τα οποία ζητούν εθελοντές. Έχει αποδειχθεί ότι το να ζητάτε προσωπικά κάτι από κάποιον (η δίνοντας την εντύπωση ότι το κάνετε) φαίνεται να παράγει πολύ πιο θετικά αποτελέσματα.

Κατανοώντας και αναγνωρίζοντας αυτή την επίδραση είναι βασικό στον ακτιβισμό μιας και μπορεί να κάνει διαφορά μεταξύ του απλά να μιλάτε και να μην φέρνετε αποτέλεσμα και πραγματικά να αναλαμβάνετε αποδοτική δράση. Μπορείτε να ψάξετε γι' αυτό το φαινόμενο στην wikipedia εάν ενδιαφέρεστε περισσότερο.

Δημιουργώντας την Βασική Ομάδα

Όταν δημιουργείτε τον πυρήνα ενός τμήματος τα παρακάτω βασικά στοιχεία πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν:

- Ορίζοντας την Διαχείριση του Τμήματος και τις Αρμοδιότητες

Πρώτα από όλα, κατά τον προσδιορισμό του πυρήνα του τμήματος θα πρέπει να ξεκινήσετε με το συντονισμό του τμήματος. Χωρίς αυτό, το τμήμα σας θα πέφτει σε μόνιμη αποδιοργάνωση, λόγω του απλού γεγονότος ότι κανείς δεν αναλαμβάνει ευθύνη απέναντι σε κανέναν προκειμένου να επιτελέσει οποιαδήποτε από τις βασικές εργασίες της διατήρησης και της ανάπτυξης του τμήματος.

Οπότε τι είναι αυτό που κάνει στην πραγματικότητα ο συντονιστής του τμήματος;

α) Οργανώνει και διαχειρίζεται τις πληροφορίες εντός του τμήματος (συμπεριλαμβανομένων των αναφορών και των συναντήσεων)

β) Παραμένει ενημερωμένος για την δραστηριότητα του κινήματος, και ενημερώνει τα άλλα επίπεδα των τμημάτων και τα μέλη τους

γ) υποστηρίζει και παρέχει συμβουλές στους διαχειριστές των έργων μέσα στο τμήμα

δ) επιβλέπει και επικυρώνει τα υπό-τμήματα, τους συντονιστές και τις προτάσεις για έργα μέσα στο τμήμα

ε) φροντίζει για την ακρίβεια και την ακεραιότητα της αντιπροσώπευσης του κινήματος μέσω της ιστοσελίδας και των ακτιβιστικών δράσεων του τμήματος

στ) είναι υπεύθυνος για την ορθή χρήση και την προστασία των δεδομένων της λίστας με τα e-mail που κατέχει το τμήμα και άλλα σημαντικά δεδομένα διαχείρισης

ζ) αναζητά ένα περιβάλλον εργασίας χωρίς αντιπαλότητες και αν κριθεί απαραίτητο, λειτουργεί ως διαμεσολαβητής μέσα στο τμήμα

η) διαχειρίζεται την λίστα με τα e-mail των εγγεγραμμένων στο τμήμα

Σημείωση: Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα για τον συντονισμό στο τομέα [«Συμβουλές από τους συντονιστές»](#) στην διαδικτυακή έκδοση αυτού του οδηγού (ιστοσελίδα)

- Τμήματα με υποτμήματα

Σε μεγαλύτερα τμήματα με υποτμήματα, ένας συντονιστής πρέπει επίσης να εστιάσει στην υποστήριξη και στην ανάπτυξή τους, την ανάπτυξη των έργων τους, και την διατήρηση μιας καλής ροής δεδομένων.

- Πολλαπλοί Συντονιστές

Στην περίπτωση πολλαπλών συντονιστών, πρέπει να κάνετε στην ομάδα σας τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Ποιος θα βοηθήσει στην ανάπτυξη των υποτμημάτων;

- Ποιος θα εφαρμόσει την διαχείριση των έργων και θα εξασφαλίσει ότι τα έργα αναπτύσσονται κατάλληλα;

- Ποιος θα συντηρεί και θα αναβαθμίζει τις ιστοσελίδες του τμήματος και των υποτμημάτων;
- Ποιος θα οργανώνει τις συναντήσεις του τμήματος, θα μαζεύει και θα οργανώνει τις αναφορές, θα έρχεται σε επαφή με το παγκόσμιο κίνημα με το να αναφέρει και να μεταφέρει την πληροφορία από και προς αυτό;

Όπως μπορεί να γίνει αντιληπτό με τα παραπάνω, είναι σημαντικό να καταστεί απολύτως σαφές ποιος είναι υπεύθυνος για τι. Δώστε σε κάποιον τον ρόλο του ελέγχου σχετικά με τα στοιχεία για τα οποία κάποιο άτομο πήρε την ευθύνη· ότι όντως γίνονται, και αν όχι, γιατί όχι, και τι εναλλακτικές λύσεις μπορεί να υπάρχουν. Με άλλα λόγια, το πρόσωπο αυτό θα έχει το ρόλο της εσωτερικής διαχείρισης της ομάδας.

- Καθορισμός της Μεταφραστικής Ομάδας

Σε ένα εθνικό τμήμα, η Μεταφραστική Ομάδα έχει πολύ μεγάλη σημασία, ειδικά σε μια χώρα όπου η μητρική γλώσσα δεν είναι τα Αγγλικά. Η έλλειψη απαραίτητου υλικού σε μια συγκεκριμένη μητρική γλώσσα, κατά κανόνα οδηγεί στον ακούσιο αποκλεισμό ανθρώπων οι οποίοι μπορεί να μην καταλαβαίνουν πολύ καλά την Αγγλική γλώσσα, και το υλικό το οποίο είναι μεταφρασμένο λάθος οδηγεί συχνά στην έλλειψη κατανόησης και/ή σε λάθος ερμηνείες.

The Linguistic Team already provides the coordination, tools, maintenance and experience needed for your Chapter to quickly get involved and become productive as soon as your group is ready to hook in. In most cases, an official Language Team will already exist for your language, along with their progress report showing everything that has already been completed, as well as a listing of fully prepped English materials that are yet to be started for translation (Note that all materials must first pass through the LingTeam's English Department for proofreading before they are available for translation).

Είναι απαραίτητο για τους συντονιστές των τμημάτων να εντοπίζουν τα μέλη που είναι σε θέση να βοηθήσουν στα εξής καθήκοντα: μετάφραση, επιμέλεια, πλήρης συντονισμός με τον συντονιστή(ες) της Μεταφραστικής Ομάδας και μεταφορά σχετικών πληροφοριών στους συμμετέχοντες του έργου από το τμήμα σας, βοήθεια στα νέα μέλη, να φροντίζουν ώστε οι μεταφράσεις να προχωρούν, να παρακολουθεί τους ανθρώπινους πόρους και ούτω καθεξής.

Συνήθως, όταν τα Τμήματα ξεκινούν, ο «ρόλος του διαμεσολαβητή για τις μεταφράσεις» ανατίθεται σε ένα μόνο πρόσωπο· ωστόσο, καθώς το τμήμα μεγαλώνει, μπορεί να χρειαστεί να επεκταθεί σε μια προσπάθεια συντονισμού από 2 ή 3 άτομα. Σε αυτή την περίπτωση είναι πολύ σημαντικό να προσδιοριστεί ο δευτερεύον ρόλος του κάθε συντονιστή. Όλοι οι ορισμοί ρόλων πρέπει να συντονιστούν με τον επίσημο συντονιστή(ες) της Μεταφραστικής Ομάδας, καθώς είναι οι μόνοι υπεύθυνοι για την εποπτεία όλων των δραστηριοτήτων στο εσωτερικό της μεταφραστικής ομάδας.

Για να συνδεθείτε με την Παγκόσμια Μεταφραστική Ομάδα στείλτε email στο linguisticteam@gmail.com.

- Ορισμός της Ομάδας Πολυμέσων

Αντίθετα με την Μεταφραστική Ομάδα, είναι πολύ πιθανόν ότι αυτό δεν θα είναι τόσο μια ομάδα όσο ένας τομέας ευθύνης τον οποίο θα αναλαμβάνει ένας μικρός αριθμός ατόμων. Πολύ απλά, ο τομέας των πολυμέσων έχει να κάνει με την εκτέλεση εργασιών οι οποίες σχετίζονται με τον γραφικό σχεδιασμό και την επεξεργασία βίντεο και ήχου.

Αυτό είναι σημαντικό, διότι η δημόσια εικόνα είναι ένα μεγάλο και σημαντικό μέρος του κινήματος στο σύνολό του. Αν μπορείτε να παράγετε επαγγελματικό περιεχόμενο σε αφίσες, φυλλάδια, και άλλα παρόμοια, αμέσως θα σας αντιμετωπίσουν με πολύ μεγαλύτερη αξιοπιστία. Ομοίως, δεν είναι όλοι στο κίνημα επαγγελματίες γραφίστες ή ζέρουν πώς να εργαστούν με τέτοια εργαλεία αποτελεσματικά. Ομαδοποιώντας αυτή την διαδικασία και διευκολύνοντας την αναπαραγωγή της θα γλιτώσετε πολύ κόπο και πόρους ενώ θα διατηρείτε μια καλή εικόνα.

- Ορισμός της ομάδας Δημοσίων Σχέσεων

Η ομάδα PR αντιπροσωπεύει τις «Δημόσιες σχέσεις». Οι PR είναι μια δραστηριότητα η οποία περιλαμβάνει γράψιμο, δημόσιες ομιλίες, και βελτίωση της επικοινωνίας/ δημόσιας εικόνας του τμήματος με την σύλληψη ιδεών και την πρόταση ακτιβιστικών δράσεων τις οποίες μπορούν να αναλάβουν τα τοπικά τμήματα.

Όπως και με τις άλλες ομάδες η ομάδα PR χρειάζεται κάποιον για να την οργανώνει και όσο πιο γρήγορα βρεθεί αυτό το άτομο, τόσο το καλύτερο.

Οι άνθρωποι που συμμετέχουν αρχικά σε αυτή η ομάδα θα είναι σημαντικοί, όχι μόνο γιατί θα ταιριάζουν ιδανικότερα από το μέσο ενεργό μέλος στο ρόλο, αλλά θα αναπτύξουν επίσης ένα σύστημα για τη διαχείριση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, επικοινωνώντας τις ιδέες του Κινήματος αποτελεσματικά. Συνήθως οι άνθρωποι που συμμετέχουν σε αυτούς τους ρόλους ασχολούνται με το μάρκετινγκ, τις δημόσιες σχέσεις, τη διδασκαλία, τις πωλήσεις, την εξυπηρέτηση πελατών και ούτω καθεξής.

Ορίζοντας την Ροή των Ανθρώπινων Πόρων: «Ομάδες» και «Έργα»

Όσον αφορά το θέμα της δομής, ένα πολύ σημαντικό ερώτημα το οποίο παραβλέπεται συχνά, είναι το εξής: Πρέπει το τμήμα σας να έχει ομάδες που συνδέονται με έργα, ή να έχετε έργα κάτω από τα οποία δουλεύουν οι διάφορες ομάδες;

Δεδομένης της φύσης του εθελοντισμού στο κίνημα, η οικοδόμηση μιας ομάδας είναι πραγματικά ένα πολύ δύσκολο έργο, διότι ενεργά μέλη έρχονται και παρέρχονται και μπορεί να επιστρέψουν αργότερα ή και καθόλου (ανάλογα με την κατάσταση της προσωπικής τους ζωής), και είτε αντλούσαν ικανοποίηση από την εργασία που έκαναν είτε όχι. Έχοντας μια τέτοια ομάδα με την ευθύνη για την οργάνωση έργων σχετιζόμενα με ομάδες οδηγεί σε τεράστια πίεση στον οργανωτή της ομάδας, και επιπλέον, δεδομένης της φύσης ορισμένων έργων, κάποιες φορές απαιτούνται διεπιστημονικές δεξιότητες. Αναλύοντας αυτή την κατάσταση και παρατηρώντας τη σύντομη ιστορία των ομάδων μέσα από το κίνημα, είναι σαφές ότι ομάδες οι οποίες ασχολούνται με έργα τα οποία διεξάγονται «υπό την αιγίδα τους» δεν φαίνεται να λειτουργούν πολύ αποτελεσματικά.

Ευτυχώς, πλαισιώνοντας έργα ως καταλύτες για το σχηματισμό προσωρινών ομάδων που προέρχονται από τη διαθέσιμη «βάση» ανθρώπινων πόρων (που διατηρούνται από τους διαμεσολαβητές των ομάδων) φαίνεται να παράγει καλύτερα αποτελέσματα. Αυτό το πρότυπο είναι πολύ απλό· αποτελείται από τον καθορισμό ενός στόχου και στη συνέχεια το σκεπτικό πίσω από αυτόν, την συγκέντρωση εθελοντών και την οργάνωση εργασιών, την εκπλήρωση των εργασιών αυτών και την ολοκλήρωση του έργου.

Σε αυτό το σενάριο, δεν χάνεται ο ρόλος της ομάδας· στην πραγματικότητα ισχύει ακριβώς το αντίθετο. Μια ομάδα από μια συγκεκριμένη οπτική γωνία εξυπηρετεί ως βάση πόρων για να σχηματιστούν διεπιστημονικές ομάδες οι οποίες θα εργαστούν σε ένα έργο. Για παράδειγμα, το έργο X απαιτεί 1 γραφίστα, 1 προγραμματιστή και 2 μεταφραστές. Αυτό σημαίνει ότι ο οργανωτής της Ομάδας Πολυμέσων θα ενημερώσει όλα τα δυνατά μέλη από την βάση δεδομένων του, και θα προσπαθήσει να εξασφαλίσει έναν εθελοντή για το ρόλο, και αυτή η ίδια μέθοδος εφαρμόζεται, στο συγκεκριμένο παράδειγμα, για την Ομάδα Ανάπτυξης Εφαρμογών και την μεταφραστική ομάδα.

Σημείωση: Υπάρχει μια εξαίρεση σε αυτόν τον κανόνα· η μεταφραστική ομάδα φαίνεται να κολλάει αρκετά καλά από μόνη της σε κάθε μέθοδο δεδομένου ότι η ροή εργασίας της είναι πολύ τυποποιημένη (διόρθωση, μετάφραση, επανεξέταση και δημοσίευση). Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι όσο πιο απλοποιημένη και επαναλαμβανόμενη είναι η ροή εργασίας σας, τόσο πιο επιτυχημένη μπορεί να γίνει.

2.4 Επέκταση σε Περιφερειακά Τμήματα

Ο στόχος ενός εθνικού συντονιστή τμήματος είναι να βοηθήσει τους περιφερειακούς συντονιστές να αναπτύξουν τμήματα με την παροχή χρήσιμων πόρων και μιας πλατφόρμας για την ανταλλαγή ιδεών και την αμοιβαία υποστήριξη μέσω τακτικών διαδικτυακών συναντήσεων. Επιπλέον, οι εθνικοί συντονιστές είναι υπεύθυνοι για να μεταφέρουν πληροφορίες από τις παγκόσμιες συναντήσεις για τον ακτιβισμό που συμβαίνει σε παγκόσμια κλίμακα, όπως παγκόσμια γεγονότα (για παράδειγμα: Z-Day, Zeitgeist Media Festival, κλπ.) και ειδικές εκστρατείες ευαισθητοποίησης του κοινού (για παράδειγμα: Why I Advocate, Zeitgeist Media Projetc, ZeitNews, κλπ).

Περιφερειακού/Πολιτειακοί Συντονιστές

- Ενεργοί μέσα στο κράτος/ πολιτεία την οποία συντονίζουν
- Είναι εξοικειωμένοι με τις ταινίες Zeitgeist, τον Οδηγό Προσανατολισμού Ακτιβιστή και με τις διαλέξεις του Peter Joseph και νιώθουν άνετα στο να απαντούν σε ερωτήσεις σε σχέση με ένα παγκόσμιο μοντέλο βασισμένο στους φυσικούς πόρους και γιατί αυτό είναι τόσο αναγκαίο και ταυτόχρονα επιθυμητό
- Έχουν συχνή πρόσβαση σε υπολογιστή και στην αλληλογραφία τους
- Είναι πραγματικοί υποστηρικτές οι οποίοι έχουν γνώση για την κατεύθυνση του κινήματος και είναι αφοσιωμένοι σε αυτήν.
- Είναι στοχαστές που σκέφτονται με βάση τις λύσεις, που διαπρέπουν σε συνεργατικά έργα και κρατούν τους άλλους κινητοποιημένους.
- Νιώθουν άνετα με το να κάνουν συντονιστική δουλειά στην περιοχή τους, συμπεριλαμβανομένων των προβολών, των συναντήσεων, του ακτιβισμού σε δρόμους και φεστιβάλ, κλπ

Οι περιφερειακού/πολιτειακοί συντονιστές είναι εθελοντές οι οποίοι αναμεταδίδουν τις πληροφορίες του TZM που μοιράζονται με τους παγκόσμιους/εθνικούς συντονιστές στην αντίστοιχη πολιτεία/περιοχή. Κάνουν συναντήσεις (διαδικτυακές, φυσικές, ή και τα δύο), ενημερώνουν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, στέλνουν ενημερωτικά δελτία, απαντάνε στα e-mail από τα μέλη και άλλους συντονιστές, μερικές φορές οργανώσουν τοπικές ακτιβιστικές εκδηλώσεις, μπορεί να βοηθήσουν στην ανάπτυξη ενός υποτμήματος πόλης η πανεπιστήμιο, να συμμετέχουν στην μηνιαία αναφορά του τμήματος, μπορεί να μιλήσουν εξ ονόματος του Κινήματος σε τοπικές εκδηλώσεις και να παρακολουθούν τις εθνικές συναντήσεις του τμήματος μέσω TeamSpeak για να μείνουν ενήμεροι σχετικά με τις πρωτοβουλίες του κινήματος (αν το πρόγραμμά τους δεν επιτρέπει την ζωντανή συμμετοχή στην συνάντηση, καλύπτουν τα κενά μέσω της ηχογράφησης της συνάντησης).

Ξέρετε ότι είστε έτοιμοι να επεκταθείτε σε ένα περιφερειακό τμήμα, όταν κάποιος δείχνει ενδιαφέρον για την ανάληψη του ρόλου, ταιριάζει με τα προσόντα που απαιτούνται για το ρόλο, και έχει δεσμευτεί με τις ευθύνες αυτού του ρόλου. Μπορεί να υπάρχουν άνθρωποι που δείχνουν ενδιαφέρον για την έναρξη τμήματος στην περιοχή τους, οι οποίοι, ωστόσο, δεν είναι κατάλληλοι για το ρόλο - ίσως επειδή δεν διαθέτουν τις απαραίτητες δεξιότητες επικοινωνίας, δεν είναι αρκετά σίγουροι στην μετάδοση των στόχων και των ιδεών του κινήματος και της έννοιας της Οικονομίας Βασισμένης στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους ή ίσως επειδή έχουν μια εναλλακτική ατζέντα που μπορεί να οδηγήσει σε σύγκρουση συμφερόντων. Είναι σημαντικό να είστε απαιτητικοί κατά την προετοιμασία των νέων ανθρώπων για τον ρόλο του συντονισμού, διότι εάν δεν έχετε το σωστό είδος του απόμου αυτό θα μπορούσε να είναι δυνητικά επιβλαβές για το τμήμα, και αυτό με τη σειρά του, για το κίνημα στο σύνολό του.

Κεφάλαιο 3:

Δημιουργώντας ένα Περιφερειακό Τμήμα

3.1 - Επισκόπηση

Οι ιδιαιτερότητες ενός περιφερειακού τμήματος είναι ότι μπορεί να σχηματιστεί είτε ως επέκταση ενός τμήματος πόλης, είτε ως μια υποδιαίρεση ενός εθνικού τμήματος. Υπάρχει επίσης και η περίπτωση όπου ένα περιφερειακό τμήμα έχει συσταθεί ως προσωρινό μέτρο και ως ένας τρόπος για τη διευκόλυνση της δραστηριότητας και της επικοινωνίας σε αραιοκατοικημένες περιοχές, όπου υπάρχουν αρχικά πολύ λίγοι άνθρωποι για τη δημιουργία ενός τοπικού τμήματος, αλλά υπάρχει επαρκές ενδιαφέρον σε ολόκληρη την περιοχή. Αυτό μπορεί να συμβαίνει πιο συχνά σε τμήματα μεγάλων χώρων όπου μικροί πληθυσμοί κατανέμονται σε ευρείες περιοχές με μεγάλες αποστάσεις μεταξύ τους, όπως η Αυστραλία ή ο Καναδάς. Το περιφερειακό τμήμα είναι δομημένο με τρόπο που να συγκεντρώνει τα τμήματα της πόλης στην ίδια περιοχή, επαρχία, περιφέρεια, ή πολιτεία. Συγκεντρώνει επίσης τους ανθρώπους από μια συγκεκριμένη περιοχή που ζουν σε πόλεις, αλλά δεν έχουν ακόμη σχηματίσει τμήμα πόλης.

Υπάρχουν τρεις τρόποι με τους οποίους μπορεί να αναπτυχθεί ένα περιφερειακό τμήμα:

- 1) Από το κέντρο προς την περιφέρεια, καθώς ο αριθμός των τοπικών τμημάτων μέσα σε μια χώρα αυξάνεται μέχρι το σημείο όπου είναι απαραίτητο, ο συντονισμός να διαιρεθεί σύμφωνα με την περιοχή έτσι ώστε να απλωθεί το εύρος της εργασίας και να διευκολυνθεί η απρόσκοπη επικοινωνία.
- 2) Από πάνω προς τα κάτω καθώς το TZM κερδίζει έδαφος μέσα σε μια χώρα και το ενδιαφέρον μεγαλώνει στο σημείο που διάφορες περιοχές θέλουν να ξεκινήσουν τις δικές τους δραστηριότητες. Αυτά τα περιφερειακά τμήματα γίνονται ολοένα και περισσότερο τοπικά καθώς το ενδιαφέρον και οι δραστηριότητες αυξάνουν και οι αριθμοί αυξάνουν σε διάφορες τοπικές κοινότητες.
- 3) Από κάτω προς τα πάνω καθώς τα τοπικά τμήματα ανακαλύπτουν ότι με αυξημένους αριθμούς, η δικτύωση και η συνεργασία γίνεται ολοένα και πιο χρήσιμη και δημιουργείται ένα πλαίσιο σε επίπεδο περιφέρειας για να διευκολύνει αυτή την κατάσταση.

Πρέπει να σημειωθεί ότι, ανεξάρτητα από το εάν ένα περιφερειακό τμήμα αναπτύσσεται από το κέντρο προς την περιφέρεια, από πάνω προς τα κάτω ή από κάτω προς τα πάνω, είναι υψηλής σημασίας να διατηρηθεί η επικοινωνία με τον εθνικό συντονιστή. Μια τέτοια επικοινωνία είναι αναπόσπαστο κομμάτι για την υγιή λειτουργία ενός παγκόσμια δικτυωμένου κινήματος, δεδομένου ότι διευκολύνει την ανάπτυξη των ιδεών και των έργων, καθώς και την παροχή υποστήριξης σε κάθε τμήμα. Εάν όλα τα τμήματα είναι κατάλληλα δικτυωμένα τότε και οι υποστηρικτικοί πόροι θα είναι εξίσου προσβάσιμοι, μειώνοντας έτσι το φόρτο εργασίας του κάθε τμήματος, και έτσι όλοι θα είναι εξίσου υπεύθυνοι για τη διατήρηση της ακεραιότητας του κινήματος.

3.2 - Ξεκινώντας

Στα αρχικά στάδια, ένα περιφερειακό τμήμα συχνά μοιάζει με το τμήμα μιας πόλης λόγω του σχετικά

περιορισμένου μεγέθους και της γεωγραφικής κάλυψης. Οι μόνες βασικές διαφορές σε ένα περιφερειακό τμήμα είναι:

- Μαζεύει μέλη από διάφορες πόλεις σε μια περιοχή
- Εστιάζει στην επέκταση (δημιουργώντας περισσότερα τμήματα πόλης)

Για να το θέσουμε πιο απλά, το περιφερειακό τμήμα είναι βασικά ένα «τμήμα πόλης» σε μια περιοχή, ένα τμήμα το οποίο εστιάζει στην δημιουργία περισσότερων τμημάτων πόλης γύρω του. Άρα, εκτός από την ανάγνωση του συγκεκριμένου κεφαλαίου, σας συμβουλεύουμε να διαβάσετε επίσης και το κεφάλαιο για τα τμήματα πόλης.

Για να ξεκινήσετε, και με την προϋπόθεση ότι δεν υπάρχει τμήμα στην περιοχή σας, παρακαλούμε ακολουθήστε τα βήματα που αναφέρονται παρακάτω:

1. Επικοινωνήστε με τον εθνικό συντονισμό τμημάτων

Ο τίτλος τα λέει σχεδόν όλα...Αν δεν μπορείτε να βρείτε ή δεν λαμβάνετε απάντηση από το εθνικό σας τμήμα, το οποίο θα πρέπει να είστε σε θέση αν το βρείτε αναρτημένο στην επίσημη λίστα τμημάτων εδώ:<http://thezeitgeistmovement.com/chapters> τότε παρακαλούμε ελάτε σε επαφή μαζί μας στέλνοντας e-mail στο chapters@thezeitgeistmovement.com, και σκεφτείτε να δημιουργήσετε ένα τμήμα στην δική σας χώρα.

Εάν καταφέρετε έρθετε σε επαφή, παρακαλούμε ακολουθήστε τις οδηγίες που θα σας δοθούν στην απάντηση που θα λάβετε.

2. Εγκαταστήστε εργαλεία επικοινωνίας

Τα εργαλεία επικοινωνίας αναφέρονται σε οποιοδήποτε εικονικό μέσο το οποίο παρέχει μια πλατφόρμα για την ανταλλαγή πληροφοριών μέσα στην ομάδα. Δυστυχώς πολύ λίγα μπορούν να αναλυθούν σε αυτό το σημείο καθώς η ανάπτυξη αυτών των εργαλείων βρίσκεται σε συμφωνία με τα εργαλεία τα οποία χρησιμοποιούνται από τα εθνικά τμήματα καθώς τα περισσότερα από τα καλύτερα επικοινωνιακά εργαλεία για τα περιφερειακά τμήματα όντως δημιουργούνται από τα ίδια τα εθνικά τμήματα, τα οποία διαφέρουν στην προσέγγισή τους.

Παρόλα αυτά, τέτοια επικοινωνιακά εργαλεία περιλαμβάνουν, κατ' ελάχιστο, μια σελίδα στο Facebook και ένα blog όπου μπορεί να γίνεται η βασική προώθηση του κινήματος. Παρακαλούμε δείτε της κατευθυντήριες γραμμές στο κεφάλαιο «Ιστοσελίδα Τμήματος» στο τέλος αυτού του εγγράφου εάν πρόκειται να ξεκινήσετε ένα blog ή μια παρόμοια ιστοσελίδα.

Επιπρόσθετα, ως συντονιστής της περιοχής σας, πρέπει να δημιουργήσετε ένα ξεχωριστό email για αυτό το τμήμα και επίσης ένα υπολογιστικό φύλλο (excel) ή κάποιο έγγραφο όπου μπορείτε κατ' ελάχιστο να κρατάτε τις λεπτομέρειες για τα τμήματα πόλης (την επικοινωνία μαζί τους, το e-mail του τμήματος, τα επικοινωνιακά μέσα τους, τους συντονιστές, κλπ.)

3. Οργανώστε ένα σχέδιο ανάπτυξης η οδηγίες ανάπτυξης και εφαρμόστε τα

Αφού προηγουμένως ενημερώσετε το εθνικό σας τμήμα για τις προθέσεις σας, ακολουθώντας τις οδηγίες του, και δημιουργώντας τα επικοινωνιακά μέσα για το περιφερειακό τμήμα, είναι η ώρα για την δημιουργία ενός προσχεδίου ανάπτυξης.

Το σχέδιο ανάπτυξης πρέπει να συμπεριλαμβάνει λεπτομέρειες, αλλά δεν περιορίζεται μόνο σε αυτές, όπως:

- Γράφοντας ένα email προώθησης και μερικές οδηγίες και αποστέλλοντας τα σε όλους του εγγεγραμμένους χρήστες της περιοχής σας οι οποίοι πιθανώς να έχουν κάνει εγγραφή στο εθνικό τμήμα (σε κάποια τμήματα

μπορεί άνετα να φτάσετε σε εκατοντάδες παραλήπτες)

- Χρησιμοποιώντας την σελίδα Facebook του εθνικού τμήματος για να προωθήσετε το περιφερειακό σας τμήμα
- Τροφοδοτώντας τα κοινωνικά σας δίκτυα με ενημερωμένο υλικό και νέα από το κίνημα
- Οργανώστε μια συνάντηση για τον σχεδιασμό και μικρές εκδηλώσεις τις οποίες μπορείτε να κάνετε
- Ορίστε μια βασική ροή εργασιών και πως σκοπεύετε να οργανώσετε και να μαζέψετε εθελοντές για να δημιουργήσετε τοπικά τμήματα
- Εξερευνήστε άλλες δράσεις/πράξεις στις οποίες μπορεί να συμμετάσχει το τμήμα σας (παρακαλούμε ελέγξτε το www.tzmchapters.net για περισσότερες ιδέες σχετικά με τις τρέχουσες παγκόσμιες εκστρατείες)

Και ως εδώ μπορεί να σας βοηθήσει αυτός ο οδηγός προς το παρόν. Το τι θα κάνετε από αυτό το σημείο και μετά εμπίπτει στις δικές σας δημιουργικές, οργανωτικές και νοητικές ικανότητες.

3.3 - Διατηρώντας την Εστίαση

Όταν καθίσταται αναγκαία η δημιουργία περιφερειακών τμημάτων, ή όταν απλά αναδύονται, αυτές έχουν την πλεονεκτική εναλλακτική του συντονισμού δραστηριοτήτων που ξεπερνούν τα όρια της πόλης, και βοηθούν για τη διανομή πληροφοριών από τις πόλεις στο εθνικό τμήμα και αντίστροφα. Ωστόσο, ο στόχος πρέπει πάντα να είναι η δημιουργία περισσότερων τμημάτων πόλης, ακόμη και «τμήματα γειτονίας» αν αυτό είναι δυνατόν, ώστε να είναι σε θέση να πραγματοποιούν τοπικές δραστηριότητες, όπως φυσικές συναντήσεις και διαλέξεις. Τα περιφερειακά τμήματα μοιράζονται τις ίδιες γενικές λειτουργίες, όπως τα τμήματα πόλης και τα εθνικά τμήματα, αλλά οι λειτουργίες αυτές θα εξαρτώνται από τη γεωγραφία της περιοχής. Αν είναι μια μικρή περιοχή όπου οι πόλεις είναι η μία δίπλα στην άλλη, μια από τις λειτουργίες ενός περιφερειακού τμήματος θα είναι να πραγματοποιεί περιφερειακές εκδηλώσεις. Ωστόσο, αν είναι μια μεγάλη περιοχή όπου οι πόλεις είναι πολύ μακριά, το περιφερειακό τμήμα πρέπει να επικεντρωθεί σε εικονικά έργα και για τη συγκέντρωση ατόμων από διάφορες πόλεις στην περιοχή για να προωθήσει τη δημιουργία περισσότερων τμημάτων πόλης στην περιοχή. Το περιφερειακό τμήμα θα πρέπει να χρησιμοποιείται ως εργαλείο για την επέκταση του κινήματος, είτε για να βοηθήσει ένα εθνικό τμήμα να σχηματίσει νέα τμήματα πόλης στην περιοχή, είτε για να βοηθήσει ένα τμήμα πόλης να αναπτυχθεί και να επικοινωνήσει με περισσότερους ανθρώπους για να δημιουργήσουν άλλα τμήματα πόλης ή περιφερειακά τμήματα ώστε να δημιουργήσουν ένα εθνικό τμήμα.

Κεφάλαιο 4

Δημιουργώντας ένα τοπικό τμήμα

4.1 - Εισαγωγή

Η οργάνωση του Κινήματος Zeitgeist σε τμήματα είναι το επίσημο δίκτυο παγκόσμιας επικοινωνίας, όπου η έμφαση δίνεται στην μετάδοση των κατανοήσεων, των στόχων και των αντιλήψεων του TZM μέσω εθελοντικών ακτιβιστικών προσπαθειών ευαισθητοποίησης. Τα επίσημα τμήματα αναγνωρίζονται ως ομάδες ατόμων οι οποίες ενεργούν από μόνες τους και που κατανοούν τις αρετές και τις απόψεις του κινήματος, υποστηρίζοντας τις λύσεις που προτείνονται στο υλικό μας. Αυτά τα τοπικά τμήματα επικεντρώνονται στα έργα ευαισθητοποίησης μέσα από συντονισμένη ομαδική δραστηριότητα και κοινωνική αλληλεπίδραση.

Αυτό που κάνει τη δομή μας ολογραφική είναι ότι κάθε τμήμα υποστηρίζει τον ίδιο τρόπο σκέψης, λογικής και πληροφοριών λαμβάνοντας υπόψη την πολιτιστική χροιά του πληθυσμού στην εκάστοτε περιοχή (δηλαδή τη γλώσσα, τις κυρίαρχες πολιτικές απόψεις, τον τρόπο ζωής, τις αξίες, κ.λ.π.), και την εξεύρεση αποτελεσματικών και διασκεδαστικών τρόπων για να μεταφέρει τον εν λόγω τρόπο σκέψης σε εκείνη την περιοχή.

Τα τμήματα λειτουργούν μέσω ενός δικτύου προσπαθειών που συντονίζονται από τους εθελοντές (δηλαδή εσάς) που επιλέγουν να είναι μέρος της επίσημης δομής, και να συμμετάσχουν με το να μένουν σε επικοινωνία με τον δικό τους συντονιστή στο TZM, ανταποκρινόμενοι σε αιτήματα e-mail και στη διοργάνωση εκδηλώσεων ευαισθητοποίησης σε τοπικό επίπεδο.

Σημείωση σχετικά με το «επίσημο» και το «ανεπίσημο»: Αν και αυτή η δομή είναι αυτό που λέμε «επίσημη» πλατφόρμα για ακτιβισμό, δεν είναι απαραίτητο να συμμετέχουν όλοι στον ακτιβισμό με αυτόν τον τρόπο. Μερικοί άνθρωποι δεν έχουν το χρόνο, ή μπορεί να θέλουν να συμμετάσχουν ανεξάρτητα. Κάποιοι μπορεί να επιθυμούν να δημιουργήσουν μια ομάδα για άλλους σκοπούς (π.χ. πράσινα κινήματα, πόλεις μετάβασης, οικοδόμηση μιας πόλης, πρόσβαση στην κοινωνικοποίηση, κλπ..). Οι άξονες αυτοί είναι ανοικτοί σε όλους, αλλά δεν έχουν σχέση με τα τμήματα του TZM. Παρακαλώ κρατήστε αυτό κατά νου, καθώς προχωράτε στην ανάγνωση. Ο τωρινός σκοπός του κινήματος είναι ο ακτιβισμός ευαισθητοποίησης, η εκπαίδευση, και η μετάδοση πληροφοριών οι οποίες βρίσκονται στο υλικό μας, με στόχο την συγκέντρωση μιας παγκόσμιας, κρίσιμης μάζας υποστηρικτών ενός επιστημονικού συστήματος αξιών.

4.2 - Ξεκινώντας

Έτοιμοι να ξεκινήσετε;

I. Υπάρχει κάποιο τμήμα ήδη στην περιοχή σας:

Μπορεί να υπάρχει ήδη ένα τμήμα στην περιοχή σας. Για να βρείτε αυτές τις πληροφορίες επισκεφθείτε το www.thezeitgeistmovement.com και πηγαίνετε στο τέλος της σελίδας για συνδέσμους σε χώρες πολιτείες και περιοχές που έχουν τμήματα. Κάντε κλικ για να δείτε αν υπάρχει ήδη ένα τμήμα, και αν ναι, ενταχθείτε σε

αυτό!

II. Εάν δεν υπάρχει τμήμα στην περιοχή σας:

Επικοινωνήστε με τον συντονιστή της αμέσως μεγαλύτερης μονάδας από εκεί που κατοικείτε. Για παράδειγμα, εάν θέλω να ξεκινήσω ένα τμήμα στην πόλη του Los Angeles, California, USA, θα κοιτάξω να δω πρώτα αν υπάρχει τμήμα στο Los Angeles. Εάν δεν υπάρχει τοπικό τμήμα, τότε θα ελέγξω αν υπάρχει πολιτειακό τμήμα στην California. Αν πάλι δεν υπάρχει, τότε θα επικοινωνήσω με τον συντονιστή των ΗΠΑ για την δημιουργία ενός τμήματος. Η ιστοσελίδα του τμήματος της χώρας σας μπορεί να έχει κάποια ενότητα/τομέα με τίτλο «συμμετοχή» ή «επικοινωνία» μέσα από την οποία θα είστε σε θέση να ξεκινήσετε την διαδικασία της έρευνάς σας.

Εάν ανακαλύψετε ότι δεν υπάρχει τμήμα στην περιοχή σας ή την χώρα σας, ελέγξτε την παγκόσμια ιστοσελίδα για να βρείτε ποιος παγκόσμιος συντονιστής ασχολείται με την περιοχή σας. Αρχικές ερωτήσεις μπορούν να σταλούν και στο chapters@thezeitgeistmovement.com.

III. Σκοπός του Τμήματος:

Ο τωρινός μας σκοπός ως τμήματα είναι να εμπλεκόμαστε σε ακτιβισμό ευαισθητοποίησης σε τοπικό επίπεδο και σε επίπεδο πόλης. Εάν ενδιαφέρεστε για την δημιουργία/συντονισμό ενός τμήματος στην πόλη, στην κωμόπολη ή στην περιοχή σας, εδώ υπάρχουν μερικές κατευθυντήριες γραμμές για να ξεκινήσετε:

- Προτείνεται να ξεκινήσετε με τουλάχιστον δύο άτομα τα οποία θέλουν να συναντιούνται σε τακτική βάση για θέματα σχετικά με το Κίνημα Zeitgeist και που θέλουν να εμπλακούν σε ακτιβισμό ευαισθητοποίησης.
- Οι Συντονιστές πρέπει να έχουν μια κατανόηση του Οδηγού Προσανατολισμού Ακτιβιστή ή του άποινου αντίστοιχου video.
- Οι δραστηριότητες των τμημάτων πρέπει να είναι σχετικές με τους σκοπούς του κινήματος: Τα τμήματα υπάρχουν για να συζητούν και να προωθούν το Κίνημα Zeitgeist και τα θέματα τα οποία εξετάζουμε συλλογικά.
- Τα επίσημα τμήματα πρέπει να διατηρούν μια ιστοσελίδα για να διευκολύνουν την διαχείριση των μελών και την δημοσιοποίηση των εκδηλώσεών τους. Έχουμε μια προτεινόμενη πλατφόρμα για ένα τμήμα, και μπορείτε να λάβετε βοήθεια και διαδικτυακά.
- Ζητάμε από κάθε ιστοσελίδα που χρησιμοποιείται ως επίσημη ιστοσελίδα του κινήματος να είναι σχετική με τον χαρακτήρα του TZM και με τις ακτιβιστικές προσπάθειες του τμήματος (δηλαδή να μην χρησιμοποιούνται διαφημίσεις εξωτερικών οργανισμών, έργων ή συμφερόντων ως η κύρια εστίαση της ιστοσελίδας).
- Προτείνεται τα τμήματα να κάνουν συνάντηση τουλάχιστον μια φορά τον μήνα για να οργανώνουν τα έργα ευαισθητοποίησης ή τις εκδηλώσεις αναφορικά με το TZM.
- Οι συντονιστές πρέπει να συμμετέχουν σε διαδικτυακές συναντήσεις του τμήματος «επόμενου επιπέδου» (δηλαδή πολιτειακή, περιφερειακή ή διεθνής συνάντηση). Συνήθως αυτές λαμβάνουν χώρα στο TeamSpeak. Οι πληροφορίες σύνδεσης μπορούν να βρεθούν στο: [TeamSpeak Info](#).
- ΟΙ συντονιστές πρέπει να διατηρούν επικοινωνία με τον συντονιστή της ευρύτερης περιοχής.
- Είναι απαραίτητο να κρατάτε τα δίκτυα σας καλά διασυνδεδεμένα. Ως ένα επίσημο τμήμα, κρατήστε επαφή με το κεντρικό σας τμήμα προς αναγνώριση της σύνδεσης των δυο τμημάτων. Επιπλέον η ιστοσελίδα του τμήματος σας θα τοποθετηθεί στην σελίδα του πολιτειακού τμήματος/αρχικού τμήματος

Ως Συντονιστής Τμήματος: Μπορείτε εκφράσετε, μέσα από την επιθυμία σας να αναλάβετε το ρόλο, ότι συμφωνείτε με τα παραπάνω σημεία σχετικά με το ρόλο του συντονιστή. Οι θέσεις Συντονιστή μπορεί να γίνουν πάλι «διαθέσιμες» αν ένας συντονιστής σταματήσει να ανταποκρίνεται σε αιτήματα e-mail, οδηγεί το

τμήμα σε μια διαφορετική κατεύθυνση από ό,τι υποστηρίζει το TZM (π.χ. κυνηγώντας άλλους σκοπούς), ή/και το τμήμα γίνεται αδρανές (δηλαδή, υπάρχει μικρή έως καμία δραστηριότητα ή επικοινωνία).

IV. Το τμήμα σας δημιουργήθηκε, τι κάνετε τώρα;

- Θέλετε μια διαδικτυακή πλατφόρμα - δουλέψτε με τον συντονιστή με τον οποίο ήρθατε αρχικά σε επικοινωνία για να δημιουργήσετε μια διαδικτυακή πλατφόρμα για το τμήμα σας (αν αυτό απαιτείται)
- Δημιουργείστε την επόμενη εκδήλωση ακτιβισμού ευαισθητοποίησης και βάλτε την στο ημερολόγιο του τμήματος! Μερικά παραδείγματα είναι τα εξής:
 - Μοιράστε DVD ή φυλλάδια σε ένα φεστιβάλ, λαϊκή αγορά ή πανηγύρι
 - Διοργανώστε μια προβολή του Moving Forward ή του Addendum
 - Δημιουργείστε ένα βίντεο [«Γιατί υποστηρίζω το Κίνημα Zeitgeist»](#)
 - Αφήστε κάρτες, φυλλάδια ή DVD σε δημόσια καταστήματα ώστε να είναι διαθέσιμα για τους πελάτες τους
 - Μπορείτε να συμμετάσχετε στην επόμενη παγκόσμια εκδήλωση, για παράδειγμα μια Z-day ή το Zeitgeist Media Festival
 - Πλησιάστε άλλους οργανισμούς και κινήματα σε σχέση με τον τρόπο σκέψης του Κινήματος Zeitgeist (μέσω ομιλιών, προβολών, εργαστηρίων και ούτω καθεξής)
- Δημιουργήστε υλικό από τις προσπάθειες του Τμήματός σας: παραδείγματα συμπεριλαμβάνουν άρθρα, φωτογραφίες, και βίντεο τα οποία αναρτώνται διαδικτυακά. Φωτογραφίες και βίντεο από τις εκδηλώσεις σας και τις προσπάθειές σας είναι σημαντικές για τον σκοπό της προβολής και της καταγραφής της δραστηριότητάς στο τμήμα σας.
- Φέρτε υλικό από τις συναντήσεις που παρακολουθείτε (π.χ. την εθνική ή την διεθνή συνάντηση στο TeamSpeak) έτσι ώστε να μπορείτε να την αναδημοσιεύσετε.
- Το να είστε σε επικοινωνία είναι σημαντικό για την δημιουργία ενός παγκόσμια διασυνδεδεμένου κινήματος. Άρα είναι σημαντικό να μείνετε σε επικοινωνία με τον συντονιστή του τμήματος σας στο επόμενο επίπεδο πάνω από εσάς (συνήθως ο περιφερειακός, πολιτειακός, η εθνικός συντονιστής).

V. Οι Πόροι του Τμήματος

Οι παρακάτω πόροι θα φανούν χρήσιμοι στο να εξασφαλίσετε ότι τα μέλη του τμήματος σας θα είναι εξοικειωμένοι με τους στόχους και τις αρχές του κινήματος και ότι θα καταλαβαίνουν την ιδέα και τα θετικά στοιχεία της Οικονομίας Βασισμένης στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους. Είναι εξαιρετικά σημαντικό η βασική ομάδα του κάθε τμήματος να είναι βέβαιη για την ικανότητά της να μεταφέρει αυτές τις έννοιες και τους στόχους, καθώς είναι πολύ πιθανό να αλληλεπιδρά με το κοινό. Η συγκέντρωση διάφορων μέσων ενημέρωσης τα οποία μπορούν να βοηθήσουν στην προώθηση των ιδεών του κινήματος είναι ένα εξίσου σημαντικό εργαλείο.

Εκπαιδευτικά:

- [Οδηγός προσανατολισμού Κινήματος Zeitgeist](#) (2009 Edition)
- Παγκόσμια ιστοσελίδα: <http://www.thezeitgeistmovement.com/>
- Διαλέξεις, ταινίες και συνεντεύξεις: <http://www.youtube.com/user/TZMOfficialChannel>
- Η εθνική ιστοσελίδα των ΗΠΑ: <http://tzm-usa.org/>
- Αναδημοσιευμένα άρθρα συντονιστών του Κινήματος Zeitgeist: <http://zmca.org/articles>
- Η παγκόσμια ραδιοφωνική εκπομπή του Κινήματος Zeitgeist: <http://www.blogtalkradio.com/zmglobal>
- Η τεχνολογική ιστοσελίδα Zeitnews: <http://www.zeitnews.org/>

Πολυμέσα:

- Βίντεο, γραφικά, κείμενα και μουσικές για μη-εμπορική χρήση: <http://www.zeitgeistmediaproject.com/>
- To blog του TZM: <http://blog.thezeitgeistmovement.com/>

VI. Συντηρώντας ένα Τμήμα

Συνοχή:

Είναι σημαντικό να έχουμε συνεχή ακτιβιστική δράση σε μηνιαία βάση ως ελάχιστο καθώς ή συνέπεια βοηθά στη διατήρηση της δυναμικής. Ένα ημερολόγιο είναι ένα πολύ καλό εργαλείο για αυτό το σκοπό, δεδομένου ότι επιτρέπει στα μέλη να παραμένουν ενημερωμένοι πότε λαμβάνουν χώρα διάφορες δραστηριότητες, ώστε να εξασφαλιστεί η διαθεσιμότητά τους, καθώς και να προετοιμαστούν εάν οποιαδήποτε προετοιμασία κριθεί απαραίτητη. Αυτή η συνέπεια διευκολύνει επίσης την ενσωμάτωση του ακτιβισμού στον καθιερωμένο τρόπο ζωής και το χρονοδιάγραμμα ενός ατόμου, ιδιαίτερα για εκείνους που είναι πολύ απασχολημένοι. Η συνοχή και η δυναμική, επίσης επιτρέπουν στα μέλη να αισθάνονται ότι γίνεται ανάπτυξη του τμήματος και ότι γίνονται βήματα, πράγμα που οδηγεί προς θετικά αποτελέσματα. Αν η δραστηριότητα επιτραπεί να λιμνάσει αυτό μπορεί να έχει πολύ αρνητικές επιπτώσεις για την παροχή κινήτρου και τη δέσμευση των μελών.

Εάν ένα Τμήμα είναι αργό ή δεν αυξάνεται σε μέγεθος με έναν καθησυχαστικό ρυθμό, μπορεί να είναι δύσκολο να διατηρηθεί ο ενθουσιασμός. Ωστόσο, είναι σημαντικό να μην βιαστούμε στην διαδικασία της οικοδόμησης ενός σταθερού τμήματος, και αντί για αυτό να καθιερωθεί μια συνεπής ρουτίνα που βοηθάει εκείνους που έχουν δεσμευθεί να συμμετάσχουν. Μην ξοδεύετε πάρα πολύ χρόνο σχετικά με το «μέγεθος» όταν πρόκειται για τον ακτιβισμό. Ξεκινήστε με μικρά βήματα. Μπορείτε να συμμετέχετε σε δράσεις που βρίσκονται εντός των μέσων και πόρων που έχετε στη διάθεσή σας. Προτιμήστε να κάνετε μικρές και σημαντικές δράσεις οι οποίες χαρακτηρίζονται από συνέπεια [Δείτε την ενότητα για τις Προσδοκίες](#), και επιτρέψτε το τμήμα σας να αναπτυχθεί με ένα ρυθμό που είναι ρεαλιστικός και διαχειρίσιμος για τα μέλη σας.

4.3 - Βρίσκοντας Εθελοντές και Οργανώνοντας μια Βασική Ομάδα

Η ραχοκοκαλιά κάθε τμήματος μέσα στο κίνημα είναι η βασική ομάδα των ενεργών εθελοντών. Ανεξάρτητα από το μέγεθος του πυρήνα στο σύνολό του, ή την περιοχή που καλύπτει, ο πυρήνας του τμήματος αποτελείται συνήθως από μια μικρή ομάδα αφοσιωμένων ακτιβιστών. Θα διαπιστώσετε ότι τα μέλη έρχονται και παρέχονται, συμμετέχουν στις συναντήσεις και στις εκδηλώσεις σποραδικά, ή ίσως με συνέπεια για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, και στη συνέχεια εξαφανίζονται. Αυτό δεν είναι κάτι για το οποίο πρέπει να ανησυχείτε, καθώς είναι ο κανόνας σε κάθε ομάδα ακτιβιστών. Το κομμάτι στο οποίο πρέπει να δώσετε βάση είναι η κύρια ομάδα σας, καθώς και η ανάγκη να γίνει διάκριση μεταξύ των μελών που αποτελούν τον πυρήνα σας από τα άλλα μέλη έχει μεγάλη σημασία όταν πρόκειται για την εξασφάλιση ότι οι προσδοκίες σας παραμένουν ρεαλιστικές.

Βρίσκοντας Εθελοντές

Μπορεί να υπάρχει μια αίσθηση μοναξιάς όταν ξεκινάτε ένα νέο τμήμα και η εργασία της εξεύρεσης αρκετών εθελοντών για να βοηθήσουν με συνέπεια μπορεί να φαίνεται αποθαρρυντική. Παρόλα αυτά, μερικά διαδικτυακά εργαλεία θα σας βοηθήσουν για να ξεκινήσετε.

Θα πρέπει να δημιουργήσετε μια εικονική παρουσία είτε μέσω της ιστοσελίδας της χώρας σας, είτε με τη δημιουργία της δικής σας (σε πολλές περιπτώσεις δεν υπάρχει καμία ανάγκη να το κάνετε αυτό καθώς τα τοπικά τμήματα έχουν χώρο στην ιστοσελίδα της χώρας τους). Είναι σημαντικό να δημοσιεύσετε τακτικά νέα και ενημερώσεις σχετικά με τις δραστηριότητες του Τμήματός σας σε αυτή την ιστοσελίδα, ώστε να διατηρείτε μια δημόσια παρουσία στο διαδίκτυο. Ενώ δεν υπάρχει καμία ανάγκη να διαφημίζετε κάθε κλειστή προγραμματισμένη συνάντηση που έχει το τμήμα σας είναι χρήσιμο να κάνετε τουλάχιστον μηνιαίες δημοσιεύσεις στην ιστοσελίδα που να περιγράφουν τις προσεχείς δραστηριότητες και εκδηλώσεις του τμήματος που οι υποψήφιοι εθελοντές ενδεχομένως θα ήθελαν να ασχοληθούν.

Αυτή η διαδικασία δημοσιοποίησης των δραστηριοτήτων σας θα πρέπει να αναπαραχθεί σε μια ποικιλία από πλατφόρμες, προκειμένου να επιτευχθεί η μέγιστη εμβέλεια. Αυτό σημαίνει ότι θα χρειαστεί μια ενεργή παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα μέσω των Facebook, Twitter, και τα συναφή. Μπορεί να θέλετε να έχετε τη δική σας σελίδα τμήματος για να ελκύσετε εκείνους που βρίσκονται στην περιοχή σας. Να είστε προσεκτικοί με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όμως, καθώς, αν και είναι ένα χρήσιμο εργαλείο δημοσιότητας, δεν είναι ένα αξιόπιστο μέτρο της δραστηριότητας του τμήματος, καθώς πολλά από αυτά που συμβαίνουν στα κοινωνικά δίκτυα, δεν μεταφράζονται σε πραγματικό ακτιβισμό στο πεδίο. Μια σελίδα τμήματος στο Facebook, για παράδειγμα, μπορεί να προσελκύσει εκατοντάδες, ίσως και χιλιάδες ακολουθους αλλά να αποδίδει λίγο όσον αφορά τον εθελοντισμό, όταν πρόκειται για την πραγματοποίηση πραγματικών φυσικών συναντήσεων και εκδηλώσεων. Αποφύγετε να κολλάτε σε συζητήσεις που βασίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς αυτά απομυζούν τους περιορισμένους πόρους σας και συχνά έχουν ελάχιστη σχέση με ό,τι συμβαίνει στο πραγματικό σας τμήμα.

Εάν έχετε πρόσβαση σε μια ηλεκτρονική λίστα ή είστε σε θέση να δημιουργήσετε μία, αυτή θα αποδειχθεί χρήσιμη για τους εθελοντές οι οποίοι μπορεί να ήταν προηγουμένως αδρανείς υποστηρικτές του κινήματος. Είναι μια καλή ιδέα να δημοσιεύσετε πληροφορίες στην ιστοσελίδα σας και τη λίστα, τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα πριν από την περίοδο κατά την οποία γίνονται οι συναντήσεις και οι εκδηλώσεις που περιγράφονται, έτσι ώστε οι πιθανοί εθελοντές να είναι σε θέση να προσαρμόσουν το πρόγραμμα τους για να σας υποστηρίξουν με την συμμετοχή τους. Με τις λίστες μπορεί να είναι καλύτερο να παρέχετε ένα περίγραμμα των δραστηριοτήτων του μήνα σε μία μόνο αποστολή και όχι τη παροχή πληροφορίας κατά αποσπασματικό τρόπο που μπορεί να θεωρηθεί ως spamming. Ενδέχεται να αντιμετωπίσετε αργή πρόοδο με την οικοδόμηση της λίστα σας, αν στηρίζεστε μόνο στην ιστοσελίδα σας για εγγραφές. Είναι σημαντικό να συμμετέχετε σε πραγματικές, δημόσιες αλληλεπιδράσεις και προβολές μέσω συναντήσεων και εκδηλώσεων, ανεξάρτητα από το πόσο μικρές είναι οι αρχικές εκδηλώσεις σας, έτσι ώστε να αυξηθεί η βάση των μελών σας για τυχόν εθελοντές για το τμήμα.

Μπορεί να θέλετε να παρακινήσετε άλλους να κάνουν τμήματα σε περιοχές κοντά σε εσάς, ιδιαίτερα αν κάποια μέλη του τμήματος σας έπρεπε να ταξιδεύουν προκειμένου να παρακολουθήσουν συναντήσεις λόγω του ότι δεν είχαν κάποιο τμήμα στην κοντινή περιοχή τους. Στην Αυστραλία για παράδειγμα μερικά τοπικά τμήματα ξεκίνησαν επειδή κάποια μέλη τα οποία έπρεπε να ταξιδεύουν για να παρίστανται στις συναντήσεις αποφάσισαν να κάνουν το θαρραλέο βήμα να προσεγγίσουν άτομα στην κοινότητα τους και να φτιάξουν ένα τμήμα. Πολλές φορές κάποιοι άνθρωποι είναι είναι πολύ πρόθυμοι να ασχοληθούν αλλά περιμένουν από κάποιον άλλο να κάνει το πρώτο βήμα. Οι συντονιστές των εθνικών ή των περιφερειακών τμημάτων μπορούν να σας δώσουν πληροφορίες επικοινωνίας ανθρώπων που έχουν εκφράσει ενδιαφέρον να ασχοληθούν με κάποιο τμήμα στην περιοχή σας πριν να δημιουργήσετε το τμήμα και οι οποίοι απλά δεν ήθελαν να πάρουν την πρωτοβουλία να γίνουν συντονιστές τμήματος.

Μόλις έχετε μια ενεργή παρουσία στο διαδίκτυο και ισχυρούς διαύλους επικοινωνίας θα προσελκύσετε μια ομάδα πιθανών εθελοντών που θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του τμήματός σας. Είναι ζωτικής σημασίας να μην παραμελήσετε αυτή την βάση μελών, καθώς το να παραμένετε σε συνεχή επικοινωνία σας δίνει την δυναμική ώστε να ενθουσιαστεί και να παρακινηθεί το τμήμα σας. Είναι επίσης σημαντικό να μπει σε το τμήμα σας να μπει σε μια ρουτίνα το συντομότερο δυνατό, έτσι ώστε η δραστηριότητα εντός του κινήματος να γίνει μέρος του τρόπου ζωής των εθελοντών σας.

Βασική Ομάδα

Πιθανώς να συνειδητοποιήσετε ότι, όταν λαμβάνουν χώρα μεγάλες εκδηλώσεις κάποιοι εθελοντές που δεν έχουν μεγάλη συμμετοχή στο κίνημα θα βοηθήσουν για ένα χρονικό διάστημα με έναν πιο ενεργό τρόπο. Ωστόσο, οι πιο αφοσιωμένοι εθελοντές οι οποίοι αποτελούν την βασική ομάδα σας για τους σκοπούς του σχεδιασμού θα είναι εκείνοι που θα προσπαθούν να έρθουν σε κάθε συνάντηση και θα είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν με ό,τι χρειάζεται να γίνει είτε είναι ενθαρρυντικής φύσης, όπως η διευκόλυνση των συναντήσεων, είτε εργασίες με λιγότερο ενθαρρυντική φύση που θεωρούνται χαμαλοδουλειές και τις κανείς δεν απολαμβάνει πραγματικά, όπως η εκτύπωση φυλλαδίων για εκδηλώσεις.

Η ομάδα πυρήνα είναι αυτή που δίνει την δυνατότητα στο τμήμα να δουλεύει τόσο οριζόντια όσο και με έναν ολογραφικό τρόπο. Αναθέτοντας εργασίες και ευθύνες όσο το δυνατόν πιο ισομερώς σε όλη την ομάδα πυρήνα βοηθά τόσο στην διευκόλυνση της οριζόντιας φύσης του κινήματος, όσο και στην ελάφρυνση της πίεσης που μπορεί να νιώθει ένας συντονιστής, ειδικά όταν πρόκειται για μεγάλα έργα ή εκδηλώσεις. Είναι επίσης καλή ιδέα να αναθέτετε σκόπιμα εργασίες μέσα στην ομάδα πυρήνα σε συμφωνία με τα ενδιαφέροντα και τις δεξιότητες του καθενός ώστε να προσφέρετε στα μέλη της μια αίσθηση «συλλογικότητας» και «σκοπού» μέσα στην ομάδα καθώς και μια αίσθηση ευθύνης και δέσμευσης.

Δεδομένου ότι η ομάδα πυρήνα είναι η ραχοκοκαλιά του τμήματος σας, είναι σημαντικό να έχετε ισχυρές γραμμές επικοινωνίας μεταξύ αυτών των μελών. Αν και είναι απίθανο να έχουν όλοι τις βέλτιστες διαπροσωπικές είναι πολύ σημαντικό να οικοδομηθεί μια αίσθηση ομαδικού πνεύματος και συντροφικότητας μεταξύ των μελών του πυρήνα, έτσι ώστε ο καθένας να αισθάνεται σημαντικός και να εκτιμάται για το έργο που κάνει, όπως επίσης και να έχει μια αίσθηση απόλαυσης από την επαφή με την υπόλοιπη ομάδα.

Διάφορα διαδικτυακά εργαλεία βοηθούν στην ομαλή λειτουργία των δραστηριοτήτων της ομάδας πυρήνα. Για παράδειγμα, η χρήση εργαλείων επικοινωνίας και σχεδιασμού έργων όπως το Open Atrium είναι χρήσιμα για την επικοινωνία της ομάδας πυρήνα και την ανάπτυξη της. Χρησιμοποιώντας συστήματα αποθήκευσης αρχείων, όπως το Dropbox επιτρέπει την κοινή χρήση των χρήσιμων πόρων. Συνεργατικά έγγραφα, όπως τα Google-docs είναι επίσης χρήσιμα τόσο για τη διαφάνεια που παρέχουν όσο και για την ευκολία της συνεργασίας, ανεξάρτητα από το χρόνο ή τον τόπο.

Κοινές Ανησυχίες και Παγίδες:

Παραμείνετε Ευέλικτοι:

Δεν καταφέρνουν όλα τα τμήματα να παραμείνουν ζωντανά αφότου δημιουργηθούν. Μερικές φορές το άτομο που ξεκινά όλα τα τμήματα πρέπει να φύγει, ή να ασχοληθεί με κάτι άλλο, για διάφορους λόγους (π.χ. υγεία, χρόνος, δουλειάς, ή συνειδητοποιεί ότι θέλει να υποστηρίξει μια διαφορετική ομάδα, κλπ). Η εύρεση ενός νέου συντονιστή, ενός προσώπου ή μιας ομάδας πυρήνα είναι κάτι που είναι πιθανό να συμβεί σε πολλά τμήματα, αν και το καλύτερο θα ήταν να μη γίνουν όλα με τη μία! Μέρος του συντονισμού είναι η κατανόηση ότι αυτές οι αλλαγές είναι φυσικές, και η δυνατότητα να δεχθεί ότι θα συμβούν καθώς οι εθελοντές έρχονται και παρέρχονται. Ο οριζόντιος χαρακτήρας του κινήματος είναι ένα σημαντικό στοιχείο για τη διατήρηση της ευελιξίας καθώς μια τέτοια δομή διευκολύνει την ενδυνάμωση της ομάδας στην εκπλήρωση των αναγκαίων καθηκόντων ενός ενεργού τμήματος. Μια αφοσιωμένη βασική ομάδα σε ένα τμήμα πρέπει να βρίσκει την ισορροπία της βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα όταν κάποια βασικά μέλη της ομάδας χρειάζεται να απέχουν για κάποιο χρόνο από την ομάδα είτε όταν αποφασίσουν να ασχοληθούν

με κάτι άλλο. Επίσης τα μέλη της βασικής ομάδας πρέπει να είναι ευέλικτα στις αλλαγές που θα γίνονται εντός του τμήματος χωρίς να διαταράσσεται η δραστηριότητα του.

Διασπαστικοί Άνθρωποι

Μην υποτιμάτε τη δύναμη ενός διασπαστικού μέλους ή χρήστη μιας ιστοσελίδας ή ενός τμήματος. Ένα άτομο που επιμένει σε διασπαστική δράση σε βάθος χρόνου είναι γνωστός ως «troll». Δυστυχώς, από αυτούς που χαρακτηρίζουν τον εαυτό τους ως «υποστηρικτές» ή «μέλη» δε πρόκειται να υποστηρίξουν όλοι το τμήμα στις δραστηριότητες του και πολλοί μπορεί να μην κατανοούν κάποια βασικά σημεία του κινήματος. Είναι πιθανό ότι σε κάποιο σημείο, θα συναντήσετε ένα πρόσωπο που θα διαταράσσει συνεχώς τις συναντήσεις του τμήματός σας, του φόρουμ σας ή της ιστοσελίδας σας. Αυτό γίνεται κατά κανόνα με προώθηση ενός εξωτερικού σκοπού, ή μέσω επιθέσεων στην εστίαση-ευαισθητοποίηση από τη πλευρά του κινήματος, ή την προβολή ενός άσχετου πλαισίου αναφοράς (π.χ. «αυτό είναι κομμουνισμός», ή «θα πρέπει να ψηφίζουμε για αυτά τα θέματα»), ή κάποια άλλη έννοια μπαλώματος. Αυτό είναι γνωστό ως «θόρυβος», και η πρόθεσή μας είναι να ελαχιστοποιήσουμε το επίπεδο θορύβου εντός της δομής του τμήματός μας, που μπορεί να διαχυθεί στην εστίαση των προσπαθειών μας ενώ παράλληλα εστιάζουμε στο να μεγιστοποιήσουμε την εκπαιδευτική μας δραστηριότητα.

Σημείωση για την έννοια του «μέλους»:

Με το να αναφέρεται κάποιος ως «μέλος του TZM», σημαίνει ότι συμφωνεί (εκ των προτέρων) με την υποστηριζόμενη κατεύθυνση. Η δήλωση αυτή θα είναι χρήσιμη αν καταλήξετε σε διαμάχη με ένα διασπαστικό μέλος. Αν σκοπεύετε να έχετε ένα forum, blog ή σύστημα σχολίων, ένα Facebook Group ή ένα chat, βεβαιωθείτε ότι έχετε κάποιον πρόθυμο να διαχειρίζεται τις διαδικτυακές πλατφόρμες του τμήματος. Το τελευταίο πράγμα που θέλετε είναι ένα πανηγυρικό σόου προσωπικών επιθέσεων, άσχετου υλικού, spam, κλπ. που συγχέει το μήνυμα. Αυτό δεν επηρεάζει μόνο την δημόσια εικόνα του τμήματός σας, αλλά καταστρέφει και την κοινότητα του τμήματος και σταματά την παραγωγικότητα.

Σημείωση για τις ιστοσελίδες:

Η ίδια η ιστοσελίδα δεν είναι το τμήμα σας, είναι απλά ένα εργαλείο. Το πραγματικό τμήμα αποτελείται από ανθρώπους. Μια ιστοσελίδα, όσο όμορφη και να είναι μπορεί να διατηρήσει και να αναπτύξει το τμήμα σας αποδοτικά. Αν έχετε μια μη λειτουργική οργάνωση εντός της ομάδας πυρήνα, αυτό θα καθυστερήσει τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται οι πόροι και με τον οποίο γίνονται οι εργασίες.

Κεφάλαιο 5

Οργανώνοντας εκδηλώσεις

Ένας από τους καλύτερους τρόπους για να μπορέσει ένα τοπικό κοινοτικό τμήμα να απευθυνθεί σε μεγάλα πλήθη ανθρώπων και να διαδώσει την πληροφορία του Κινήματος Zeitgeist είναι μέσω του τοπικού ακτιβισμού στον δρόμο, στις κοινοτικές εκδηλώσεις, στα κοινοτικά πανηγύρια, και στα φεστιβάλ.

Σε κάθε πόλη υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα όλο τον χρόνο και πολλές από αυτές τις εκδηλώσεις είναι ανοικτές και καλωσορίζουν οργανισμούς οι οποίοι είναι ανθρωπιστικοί ή περιβαλλοντικοί κατά βάση.

Σε αυτές τις εκδηλώσεις δεν είναι απίθανο να μοιραστείτε την ημέρα σας με άλλες ομάδες οι οποίες έχουν όμοιο τρόπο σκέψης με εσάς και οι οποίες έχουν ισχυρή θέληση και δέσμευση να δημιουργήσουν ευαισθητοποίηση σε μαζική κλίμακα.

Υπάρχουν τρεις βασικοί παράγοντες που πρέπει να έχετε στο νου σας όταν προετοιμάζετε το τμήμα σας για τέτοιες εκδηλώσεις:

1. Οι άλλες ομάδες που παρακολουθούν αυτές τις εκδηλώσεις έχουν ήδη παραπλήσια νοοτροπία με εσάς οπότε θα είναι πολύ εύκολο να τους μιλήσετε. Κυμαίνονται από οργανώσεις για τα δικαιώματα των ζώων και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων μέχρι περιβαλλοντικές και πολιτικές οργανώσεις, οπότε το να αρχίσετε μια συνομιλία με αυτά τα πρόσωπα είναι εύκολο και δημιουργεί θετικές εντυπώσεις και διάθεση απέναντι στο Κίνημα Zeitgeist.

2. Αυτές οι εκδηλώσεις προσελκύουν μεγάλο αριθμό σκεπτόμενων ανθρώπων οι οποίοι κατά κάποιον τρόπο έχουν ήδη προσπαθήσει να βρουν πληροφορίες σχετικά με ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, από πολιτική μέχρι περιβάλλον. Η συζήτηση με αυτούς τους ανθρώπους θα είναι πολύ εύκολη. Στο τέλος της εκδήλωσης πολλοί από αυτούς θα πάρουν μαζί τους κάποιο DVD ή φυλλάδιο από το τμήμα σας. Θα κάνουν έρευνα και θα βρουν υλικό για το κίνημα μεταφέροντας αυτές τις πληροφορίες και σε γνωστούς τους.

3. Θα έχετε μια φυσική παρουσία εντός της κοινότητάς σας. Πολλά μέλη ή «εγγεγραμμένοι» από το τμήμα σας θα εμφανιστούν στο περίπτερο σας για γνωρίσουν την «δική τους» ομάδα Zeitgeist. Πολλοί άλλοι θα θέλουν να ξέρουν πώς μπορούν να εμπλακούν. Όταν οι άνθρωποι διαβάζουν το υλικό και συνδέονται με το μήνυμα, έχουν μια ισχυρή επιθυμία να «εμπλακούν». Οι άνθρωποι θέλουν να κάνουν κάτι. Ναι, μπορούν να ενταχθούν στα πολλά διαδικτυακά φόρουμ σε όλο τον κόσμο και να μιλήσουν με άλλους που έχουν συνδεθεί με το μήνυμα, αλλά πολλοί άνθρωποι θέλουν περισσότερα. Θέλουν να αναλάβουν δράση. Αυτό μπορεί να γίνει μόνο σε τοπικό επίπεδο!

Η παρουσία σας ως τμήμα εντός της κοινότητάς στο δρόμο, σε αυτές τις εκδηλώσεις, είναι η τέλεια ευκαιρία για άλλους να δουν το κίνημα σε δράση. Είναι, επίσης, ένας σταθερός τρόπος για τους ανθρώπους να αισθάνονται συνδεδεμένοι με πραγματικούς ζωντανούς ανθρώπους μέσα από το κίνημα. Αυτό είναι κάτι που απλά δεν μπορεί να επιτευχθεί πλήρως «διαδικτυακά». Όσο συνδεδεμένοι και αν είμαστε με την παγκόσμια διαδικτυακή οικογένεια Zeitgeist, τίποτα δε μπορεί να συγκριθεί με την συζήτηση πρόσωπο με πρόσωπο σχετικά με τα θέματα και τις έννοιες τις οποίες προσπαθούμε να μεταδώσουμε.

Για παράδειγμα, πολλοί άνθρωποι έχουν παρακολουθήσει την «σειρά ταινιών Zeitgeist», τα οποία με την μία ή την άλλη μορφή προκάλεσαν κάποια σύνδεση, και όταν αυτοί οι άνθρωποι έρχονται στο περίπτερο του Zeitgeist αισθάνονται αμέσως την ίδια σύνδεση και επανέρχονται τα συναισθήματα που είχαν αρχικά όταν είδαν τις ταινίες. Το περίπτερο του τοπικού τμήματος Zeitgeist θα πάρει αυτό το τεράστιο μήνυμα της

παγκόσμιας αλλαγής και θα το τοποθετήσει ακριβώς στις αυλές τους. Εκεί είναι που θα συμβεί η πραγματική αλλαγή: στις αυλές μας.

Προφανώς τέτοιου είδους εκδηλώσεις είναι πολύ γενικές και θα συμβαίνουν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο στις περισσότερε πόλεις στον κόσμο. Οπότε έχετε στο μυαλό σας ότι παρόμοιες εκδηλώσεις αναπαράγονται σχεδόν σε κάθε πόλη η κωμόπολη.

5.1 Τύποι Εκδηλώσεων

Συναντήσεις Τμήματος

Αυτές οι συναντήσεις έχουν ένα πιο σοβαρό και συνδετικό χαρακτήρα, με στόχους οι οποίοι πρέπει να εκπληρωθούν και αποφάσεις που πρέπει να ληφθούν. Αυτές συνήθως λαμβάνουν χώρα πριν από σημαντικά έργα και εκδηλώσεις τις οποίες μπορεί να ξεκινήσει το τμήμα. Το πλεονέκτημα αυτών είναι ότι έχουν πιο θετικό αποτέλεσμα από μια απλή συγκέντρωση όπου λέγονται πολλά, αλλά λίγα γίνονται ή καταγράφονται. Συνήθως αυτές οι συνεδριάσεις συμβαίνουν όταν ο πυρήνας ξεπερνά τα 2 άτομα και είναι ήδη ενεργός.

Εκδηλώσεις στον Δρόμο

Όταν εκτελεστούν σωστά, αυτές είναι οι πιο αποδοτικές. Ένα νέο τμήμα, συγκεκριμένα, μπορεί να πετύχει πολύ αποδοτική και γρήγορη εκκίνηση με το να γίνει ενεργό μέσα στην κοινότητά του «πλησιάζοντας του ανθρώπους».

Αν οργανώσετε αυτή τη δράση σε ένα πολυσύχναστο μέρος στο κέντρο της πόλης ή σε ένα πάρκο με αρκετή κίνηση θα έχετε μια γεμάτη μέρα κατά την οποία θα έρθετε σε επαφή με πολλούς διαφορετικούς ανθρώπους. Απλά στήστε ένα τραπέζι σε μια πολυσύχναστη περιοχή και θα δείτε ότι οι άνθρωποι είναι συχνά πρόθυμοι να σας πλησιάσουν και να ξεκινήσουν φιλικές συζητήσεις. Πολλοί από αυτούς μπορεί να έχουν βγει για βόλτα ή να έχουν άδεια από τη δουλειά τους. Θα τους αρέσει το γεγονός ότι θα δουν κάτι καινούργιο ενώ περπατάνε και πιθανών να σταματήσουν για να δουν το υλικό και να σας κάνουν ερωτήσεις. Αυτό δε θα συμβεί με κάποιον άλλο τρόπο. Μπορεί να γίνεται καθημερινά ή, πιο ρεαλιστικά, μια φορά την εβδομάδα ή και τον μήνα. Ειδικά για ένα καινούργιο Τμήμα, η αίσθηση ότι μεταφέρουν αυτές τις πληροφορίες σε άλλους, οι οποίοι μπορεί να μην έχουν ακούσει ξανά για το Κίνημα *Zeitgeist* ή την Οικονομία Βασισμένη στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους, θα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό και θα παίξει καθοριστικό ρόλο στην γρήγορη ανάπτυξη του τμήματος. Επιπλέον, αυτό θα προσφέρει στα μέλη του τμήματος την ευχαρίστηση ότι πετυχαίνουν αυτό το οποίο τους κινητοποίησε να ασχοληθούν με το Κίνημα εξ αρχής, δηλαδή το να «αναλάβουν δράση!». Και επίσης αυτές οι δράσεις έχουν ελάχιστο κόστος ή και καθόλου (τραπέζι, διαφημιστικά, DVD και ούτω καθεξής).

Μια άλλη τεχνική (η οποία χρησιμοποιήθηκε με εκπληκτική επιτυχία από το τμήμα του Vancouver) είναι να δημιουργήσετε κάποιες αφίσες δρόμου σε σχήμα Α. Αυτά σταματούν τους ανθρώπους στις διαδρομές τους και είναι πραγματικά εξαιρετικά εργαλεία για να εκκινήσει μια συνομιλία! Πολλοί άνθρωποι θα σταματήσουν, θα διαβάσουν τους πίνακες σας στον δρόμο και στη συνέχεια όταν θα αισθανθούν πιο άνετα, θα σας προσεγγίσουν για συνομιλία. Αυτό είναι πολύ πιο αποτελεσματικό από το να δίνετε ένα φυλλάδιο σε κάποιον που περνάει βιαστικός. Προσπαθήστε να έχετε κάποιες επαγγελματικές κάρτες, φυλλάδια ή ακόμα και DVD διαθέσιμα ώστε να δίνετε σε ανθρώπους που δείχνουν ενδιαφέρον. Σε περίπτωση αμφιβολίας, κρατήστε επιπλέον απόθεμα. Είναι εκπληκτικό το πόσο γρήγορα μπορείτε να δώσετε όλο το υλικό σας!

Το να βρείτε μια καλή τοποθεσία για να φιλοξενήσει τις δημόσιες εκδηλώσεις σας τουλάχιστον μία φορά το μήνα, θα δώσει μια πραγματική βάση στο τμήμα σας. Συνήθως μια θέση με υψηλή κυκλοφορία στο κέντρο της πόλης ή σε μια κοινή περιοχή είναι το καλύτερο. Πιθανών να υπάρχει ήδη μια θέση στην πόλη ή την κωμόπολη σας, όπου έχετε δει άλλες ομάδες ακτιβιστών. Πανεπιστήμια και πάρκα θα μπορούσαν να προσφέρουν επίσης μεγάλες περιοχές. Σημείωση: Ελέγξτε τους νόμους της πόλης ή της κωμόπολης σας

σχετικά με τυχόν περιορισμούς.

Δημόσιες Εκθέσεις (Προβολές Ταινιών)

Βρίσκοντας ένα κινηματογράφο ή ένα δωμάτιο με δυνατότητα προβολής είναι ο τυπικός τρόπος για να οργανώσετε μια προβολή. Μπορούν να προβληθούν σχετικές πληροφορίες και ντοκιμαντέρ ως μέσο μεταφοράς της πληροφορίας, αντί για διαλέξεις. Ένα παράδειγμα θα ήταν να δείξετε το «Zeitgeist: Moving Forward» σε ένα κοινό το οποίο δεν το έχει δει ακόμη. Υπάρχει επίσης μια σειρά από διαλέξεις τις οποίες μπορείτε να κατεβάσετε ελεύθερα σε μορφή DVD. Βεβαίως, το υλικό του Κινήματος δεν είναι το μόνο που μπορεί να προβληθεί. Υπάρχουν και άλλα ντοκιμαντέρ κοινωνικού περιεχομένου τα οποία μπορούν να είναι μέρος ενός προγράμματος, για παράδειγμα το «Collapse» με τον Michael Ruppert ή το «Future by Design» με τον Jacque Fresco. Παρόλα αυτά είναι σημαντικό να κρατάτε την εστίαση στο Κίνημα Zeitgeist.

If an experienced (and confident) member is planning such an event or even just in attendance, it is a good idea to try to also involve the audience in a Q&A session about the Movement after the screening. Since the questions about what the Movement is, what it advocates, common misconceptions, etc., are quite common, this interaction with the public is very important, and because of this, the member who will answer the questions needs to be well prepared. If more than one member is available for the Q&A, it is fine to either divide the questions between yourselves, each provide some comment following each question, or simply use whatever technique you work most comfortably with.

Διαλέξεις

Οι διαλέξεις είναι επίσημες παρουσιάσεις οι οποίες δημιουργούνται από ένα ή περισσότερα μέλη για να ενημερώσουν το κοινό για ένα συγκεκριμένο θέμα. Αυτές οι διαλέξεις γενικά περιέχουν τόσο ένα οπτικό όσο και ένα ηχητικό στοιχείο, δηλαδή, οι ομιλητές συχνά χρησιμοποιούν οπτικοακουστικά εργαλεία όπως παρουσιάσεις Powerpoint ή μια ταινία, ώστε να γίνουν κατανοητοί και να συνοψίσουν αυτά τα οποία λένε. Πολύ καλά παραδείγματα είναι είναι οι παλαιότερες παρουσιάσεις του TZM «Where Are We Now?» και «Where Are We Going?». Αυτός ο τρόπος χρησιμοποιείται καλύτερα σε συνδυασμό με άλλες μεθόδους, καθώς οι διαλέξεις είναι πολύ μονόπλευρες μέθοδοι ανταλλαγής πληροφοριών.

Φυσικές Συναντήσεις

Οι φυσικές συναντήσεις είναι περιοδικές εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης οι οποίες πραγματοποιούνται από τοπικά τμήματα, οι οποίες διοργανώνονται σε κλειστό χώρο σε μια διάταξη «αμφιθεάτρου» με κοινό το οποίο συμμετέχει άμεσα. Στην ιδανική περίπτωση αυτές οι εκδηλώσεις συμβαίνουν ανά μήνα. Αντίθετα με τις «μονόπλευρες» διαλέξεις οι οποίες πιθανών να έχουν στο τέλος ερωταπαντήσεις μόνο ως συνόψιση, οι φυσικές συναντήσεις είναι, εξ ορισμού, «αμφίδρομες», όντας διαδραστικές από την αρχή μέχρι το τέλος (πέρα από τα εισαγωγικά σχόλια και τις παρουσιάσεις). Βασισμένο σε αποδειγμένα αποδοτικά πρότυπα των ιστορικών κινημάτων για τα ανθρώπινα δικαιώματα, ο στόχος είναι να ενημερωθεί το κοινό για τις έννοιες και τους στόχους του Κινήματος και άρα να αυξηθεί τόσο η ευαισθητοποίηση όσο και η υποστήριξη.

Οι φυσικές συναντήσεις είναι, εξ ορισμού, ανοικτές και όλα τα μέλη μιας κοινότητας καλούνται να παραστούν. Για το λόγο αυτό, οι συναντήσεις πρέπει να διαφημίζονται πάντα αρκετά νωρίς μέσω της ιστοσελίδας του Τμήματος, καθώς και με κάθε άλλη μορφή δημοσιότητας την οποία θέλει να χρησιμοποιήσει το τμήμα. Οι άνθρωποι συμμετέχουν στις φυσικές συναντήσεις όχι κατ 'ανάγκη για να εκφράσουν τις δικές τους απόψεις, αλλά, τουλάχιστον, για να ακούσουν τις απαντήσεις των εκπροσώπων του Κινήματος.

Δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες ή κατευθυντήριες γραμμές για την πραγματοποίηση μιας φυσικής συνάντησης. Εάν η προσέλευση είναι μεγάλη, και στη συγκεκριμένη περίπτωση ο στόχος είναι να δώσετε σε όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους την ευκαιρία να μιλήσουν, τότε η ομάδα μπορεί να χωριστεί σε

μικρότερες ομάδες συζήτησης. Κάθε ομάδα, στην περίπτωση αυτή, διορίζει κάποιον να συνοψίσει τη συζήτηση της ομάδας τους. Η ευελιξία του τρόπου της συνάντησης επιτρέπει είτε για μέγιστη συμμετοχή του κοινού μέσω της συζήτησης ή για ολοκληρωμένο τμήμα ερωταπαντήσεων με μια ολοκληρωμένη ομάδα ανθρώπων, όπου αυτό είναι επιθυμητό.

Μεγάλα φεστιβάλ τύπου συναυλιών

Σε τελική ανάλυση: Αυτά τα φεστιβάλ είναι απλά διασκεδαστικά. Φιλοξενούν, συνήθως, χιλιάδες νέους και εύθυμους παρευρισκόμενους, οι οποίοι βρίσκονται για μια ολόκληρη μέρα (μερικές φορές 2 ή 3 ημέρες) σε ένα χώρο όπου μπορούν να συζητήσουν για κοινωνικά θέματα και πρωτοβουλίες όπως το Κίνημα *Zeitgeist*.

Το κόστος για αυτές τις εκδηλώσεις διαφέρει. Εξαρτάται από τη διάρκεια της παράστασης, τις εμφανίσεις, καθώς και το μέγεθος, την τοποθεσία και την φήμη του φεστιβάλ. Σε κάθε περίπτωση, ως Κίνημα που δεν έχει έσοδα μπορεί να πετύχετε τις ανάλογες τιμές όταν πρόκειται να νοικιάσετε έναν πάγκο ή ένα περίπτερο. Μπορεί επίσης να είναι δυνατόν να διαπραγματευτείτε ακόμα καλύτερες τιμές με το να καταναλώσετε χρόνο για να δώσετε έμφαση στο Κίνημα και τις αρετές του, το γεγονός ότι είμαστε όλοι εθελοντές, και ούτω καθεξής.

Όσον αφορά το που θα τοποθετηθείτε στον χώρο, τυπικά οι πωλητές, οι καλλιτέχνες και τα ενημερωτικά περίπτερα βρίσκονται σε ικανοποιητική απόσταση από τις σκηνές έτσι ώστε να δίνουν στους παρευρισκόμενους ένα διάλειμμα από την μουσική. Εάν σας δοθεί η επιλογή μεταξύ του να βρίσκεστε κοντά η μακριά από την σκηνή είναι πάντα καλύτερα να επιλέξετε μια περιοχή πιο πίσω. Οι ηχητικές σας χορδές θα σας ευχαριστούν γι' αυτή την επιλογή. Η απόσταση επιτρέπει σε όποιον έχει πάγκο να μπορεί να μιλάει με ενδιαφερόμενα άτομα χωρίς να χρειάζεται να φωνάζει.

Όσον αφορά το τι θα χρειαστεί για να γίνει η εκδήλωση του τμήματος σας με επιτυχία, συνήθως χρειάζεται να έχετε τα δικά σας «εργαλεία». Συνεπώς συνίσταται να διαθέτετε τον απαραίτητο εξοπλισμό, οπότε με αυτόν τον τρόπο δεν υπάρχουν εκπλήξεις. Είναι επίσης σημαντικό να εξασφαλιστεί ότι έχετε κατανοήσει τη συμφωνία σας. Για παράδειγμα, πολλές μεγάλες εκδηλώσεις θα παρέχουν τα βασικά, όπως μια σκηνή ή ένα κάλυμμα για την βροχή, ένα ζευγάρι καρέκλες και ένα τραπέζι. Είναι πολύ σημαντικό να υποβάλετε τέτοιες ερωτήσεις στους διοργανωτές της εκδήλωσης, έτσι ώστε να έχετε όλες τις λεπτομέρειες από νωρίς, και να μην υπάρχουν εκπλήξεις.

Λάβετε υπόψη σας ότι πολλές από αυτές τις εκδηλώσεις - ειδικά οι μεγαλύτερες - μπορούν κλείσουν τις εγγραφές έως και έξι μήνες νωρίτερα· κατά συνέπεια, αφήνοντας την εγγραφή σας για την τελευταία στιγμή μάλλον θα προκαλέσει τον αποκλεισμό σας. Αυτές οι εκδηλώσεις γεμίζουν γρήγορα, καθώς είναι πολύ δημοφιλείς, και για πολύ καλό λόγο· είναι διασκεδαστικές και έχουν μαζική συμμετοχή η οποία διευκολύνει σε πολύ μεγάλο βαθμό την επικοινωνία με εκατοντάδες ανθρώπους.

Φεστιβάλ Δρόμου των Τοπικών Κοινοτήτων

Το κόστος αυτών των εκδηλώσεων είναι συνήθως πολύ χαμηλό και μπορεί ακόμη να είναι δωρεάν. Συνήθως θα πρέπει να φέρετε την δική σας σκηνή, τραπέζι και καρέκλες. Η παρουσία σας σε αυτά τα είδη εκδηλώσεων μπορεί να προσελκύσει πολλές χιλιάδες, ανάλογα με την τοποθεσία σας. Για παράδειγμα, η εκδήλωση Car Free Vancouver προσελκύει πάνω από 160.000 ανθρώπους από τέσσερις περιοχές, σε μια μέρα! Στο φεστιβάλ Car Free Vancouver το 2011 το τμήμα της περιοχής συμπλήρωση την 4η συμμετοχή του στην εν λόγω εκδήλωση και κατά τους ίδιους το φεστιβάλ είναι κάθε χρονιά ιδιαίτερα ενδιαφέρον. Παρόμοια ετήσια φεστιβάλ γίνονται στις περισσότερες μεγάλες πόλεις. Μπορείτε να κάνετε μια έρευνα στο Google για φεστιβάλ που γίνονται στην πόλη σας.

Τοπικά Φεστιβάλ Ταινιών

Αυτές οι εκδηλώσεις είναι ιδιαίτερα αξιόλογες και βασίζονται σε ταινίες οι οποίες έχουν κοινωνικό

χαρακτήρα και προκαλούν τη σκέψη του κοινού. Αν το προγραμματίσετε εγκαίρως μπορεί να έχετε τη δυνατότητα να βάλετε το «Addendum» ή το «Moving Forward» στο πρόγραμμα.

Συνέδρια

Ένα συνέδριο είναι μια συνάθροιση - συνήθως χρηματοδοτείται από μια εταιρεία ή κάποιον οργανισμό - αφοσιωμένων ενήλικων και/ή επαγγελματιών οι οποίοι συναντώνται για να συζητήσουν κάποιο θέμα κοινού ενδιαφέροντος όπως για παράδειγμα, το περιβάλλον. Μπορεί να διαρκέσει αρκετές ημέρες και συνήθως περιλαμβάνει πολλαπλές συναντήσεις, παρουσιάσεις, εργαστήρια και εκθέσεις. Τυπικά, μεγάλος αριθμός των συμμετέχοντων έρχονται από μακριά για αυτές τις πολυήμερες εκδηλώσεις. Οι τιμές για απλή παρακολούθηση μπορεί να είναι αρκετά ακριβές, πόσο μάλλον για μια έκθεση, και άρα συνίστανται μόνο για ειδικές εκδηλώσεις όπως η Z-Day (βλέπε παρακάτω).

Τα Τμήματα του Κινήματος Zeitgeist μπορούν να συμμετέχουν σε συνέδρια με δύο διαφορετικούς τρόπους. Αφενός μπορεί τα μέλη του τμήματος σας να δεχθούν πρόσκληση για να μιλήσουν σε ένα συνέδριο το οποίο διοργανώνεται από κάποια ομάδα ή οργανισμό με παρόμοια ιδεολογία. Σε αυτή τη περίπτωση εκτός από την παρουσίαση οι απαιτήσεις όσων αφορά την οργάνωση είναι ελάχιστες. Αν το τμήμα θέλει να κάνει ένα συνέδριο από μόνο του, ή σε συνεργασία με άλλα τμήματα, αυτό θέλει πολύ περισσότερη δουλειά, αλλά είναι μια εφικτή επιλογή όταν συνεργάζονται τμήματα τα οποία, μαζί, έχουν τους πόρους για να διεξάγουν αυτή την εκδήλωση. Τέτοιου είδους εκδηλώσεις μπορεί να προσελκύσουν τμήματα από άλλα σημεία της χώρας ή και εκτός αυτής καθώς και μέλη άλλων οργανώσεων και φυσικά κοινό που δεν έχει έρθει ξανά σε επαφή με αυτές τις ιδέες. Άτομα που έχουν κάποια αναγνωρισμότητα θα μπορούσαν να παίξουν σημαντικό ρόλο ως ομιλητές προσελκύοντας κόσμο ο οποίος είναι δεκτικός στο μήνυμα του Κινήματος Zeitgeist. Αξίζει επίσης να διατηρήσετε μια επαγγελματική και συνεργατική σχέση με άλλους οργανισμούς καθώς υπάρχει μεγάλη πιθανότητα αυτές οι εκδηλώσεις να οδηγήσουν σε αυξημένο ενδιαφέρον για το ίδιο το κίνημα.

Ετήσια Z-Day

Αυτή είναι η αρχική ετήσια εκδήλωση ενημέρωσης που διεξάγει το κίνημα και έχει ως στόχο να είναι τόσο εκπαιδευτική όσο και πνευματική. Η πόλη που φιλοξενεί την «κύρια» εκδήλωση ποικίλει (Νέα Υόρκη το 2009 και 2010, Λονδίνο το 2011, Βανκούβερ το 2012), λαμβάνει χώρα στα μέσα του Μαρτίου και τα τοπικά τμήματα καλούνται να συμμετέχουν παράλληλα. Καθώς το τοπικό σας τμήμα μεγαλώνει, είναι σημαντικό να συνεχίσετε να αναπτύσσετε αυτή την ετήσια εκδήλωση. Η εκδήλωση σας μπορεί να περιλαμβάνει αρκετές δραστηριότητες και/ή συνδυασμό πολλών διαφορετικών εκδηλώσεων, όπως δράση στον δρόμο, προβολές, ομιλίες και τμήμα ερωταπαντήσεων. Για περισσότερες πληροφορίες και για να δηλώσετε την εκδήλωση σας, επισκεφτείτε την ιστοσελίδα <<http://zdayglobal.org/>>. Πολλά τμήματα πιθανόν να ξεκινήσουν με μικρότερες εκδηλώσεις όπως προβολές και τμήματα ερωταπαντήσεων, εξελίσσοντας τις ικανότητες τους προκειμένου να προχωρήσουν σε μεγαλύτερες εκδηλώσεις όπως, ίσως, ένα ολοήμερο συνέδριο, καθώς το τμήμα θα αναπτύσσεται υπό όρους πόρων και ικανοτήτων.

Ετήσιο Zeitgeist Media Festival (Φεστιβάλ Τεχνών)

Ως η πιο πρόσφατη προσθήκη στην παγκόσμια λίστα ετήσιων εκδηλώσεων του Κινήματος Zeitgeist, αυτή είναι μια εκδήλωση που δε θα ήθελε να παραβλέψει το τμήμα σας! Έχει καλλιτεχνικό και εορταστικό χαρακτήρα, και είναι μια μεγάλη ευκαιρία για να προσφέρει μια διασκεδαστική ημέρα της μουσικής, τέχνης και πληροφοριών στο ευρύ κοινό σε μια μορφή ανοικτού φεστιβάλ. Κατά παρόμοιο τρόπο με την Z-Day (αλλά γίνεται τους καλοκαιρινούς μήνες στο Βόριο ημισφαίριο) υπάρχει μια πόλη που φιλοξενεί την «κύρια» εκδήλωση (Λος Άντζελες 2011) και τα τοπικά τμήματα καλούνται να συμμετέχουν παράλληλα. Για περισσότερες πληροφορίες και για να δηλώσετε την τοπική σας εκδήλωση επισκεφτείτε την ιστοσελίδα <http://zeitgeistmediafestival.org/>.

5.2 - Βρίσκοντας Χώρο

Στις περισσότερες περιπτώσεις, ένα θέατρο ή μια αίθουσα θα είναι αρκετά για την εκδήλωσή σας. Εάν ζείτε σε μια μεγάλη πόλη, θα πρέπει να υπάρχουν πολλοί διαθέσιμοι χώροι, συνήθως αμφιθέατρα ή αίθουσες συναυλιών. Εάν ζείτε σε μια μικρότερη πόλη, μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι χώροι της εκκλησίας, του θεάτρου, της βιβλιοθήκης, ή οποιουδήποτε άλλου δημόσιου κτηρίου. Το καλύτερο είναι να κλείνετε τον χώρο που θα χρησιμοποιήσετε αρκετά πριν και να είστε σίγουροι ότι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός που θα χρειαστείτε είναι διαθέσιμος από κάποια εταιρία ενοικίασης ή κάτι παρόμοιο, στην περίπτωση όπου το τμήμα σας ή ο χώρος που θα χρησιμοποιήσετε για την εκδήλωση δεν διαθέτουν αυτόν τον εξοπλισμό.

Λόγω της αμφιλεγόμενης φύσης του τι υποστηρίζει το Κίνημα, η έλλειψη κατανόησης ή/και ο φόβος από τους ανθρώπους/οργανώσεις δεν είναι ασυνήθιστος. Εξαιτίας αυτού, η επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας. Αντί να προσπαθείτε να περιγράψετε λεπτομερώς το τι είναι Κίνημα, είναι καλύτερο να επικεντρωθείτε μόνο στα βασικά, και να ξεκινήσετε από την αρχή: ότι είμαστε ένας οργανισμός που υποστηρίζει την αειφορία ώστε να συμβάλει στη στροφή της κοινωνίας σε έναν πιο οικολογικό και κοινωνικά βιώσιμο τρόπο ζωής. Εάν η συνομιλία διατηρείται σε ήρεμα επίπεδα και είναι κάπως διφορούμενη, οι πιθανότητες διαφωνίας θα μειωθούν.

5.3 - Συγκεντρώνοντας Υλικό

Προφανώς το χρήμα είναι ένας παράγοντας που πρέπει να σκεφτείτε όταν πρόκειται να συγκεντρώσετε υλικό. Εδώ αναφέρονται μερικές συμβουλές για το πως να αποκτήσετε πόρους, λαμβάνοντας υπ' όψιν το τι αντιπροσωπεύει το Κίνημα.

Μη ζητάτε χρήματα, ζητήστε πόρους

Ένα σημαντικό πράγμα που πρέπει να εξετάσετε όταν εργάζεστε σε μια ομάδα είναι να παρέχετε τα απαραίτητα υλικά μαζί. Αντί για τον καθορισμό ενός προϋπολογισμού, σκεφτείτε πώς να παρέχετε τους πόρους για την εκδήλωση. Για παράδειγμα, εάν χρειάζεστε ένα μέρος για να οργανώσετε την εκδήλωση, ζητήστε από την κοινότητά σας, αν κάποιος θα μπορούσε να προσφέρει δωρεάν χώρο ή με μια μικρή χρηματική αποζημίωση. Συμφωνείστε εκ των προτέρων προκειμένου να φέρετε φαγητό και αναψυκτικά αντί να τα αγοράσετε ή να τα πουλήσετε κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να εργαστείτε μαζί και σε κάποιες περιπτώσεις είναι εντυπωσιακό το πως μπορούν όλοι να προφέρουν στην εκδήλωση χωρίς να ξοδέψουν πολλά.

Να είστε πολύ διαφανείς

Σε μερικές περιπτώσεις, η προαναφερθείσα κατάσταση μπορεί να μην έχει τα αποτελέσματα που περιμένατε. Εάν έχετε ανάγκη από χρήματα, δοκιμάστε τα ακόλουθα: πάντα υπολογίστε το κόστος από πριν, και θέστε τον ως στόχο για τις συνεισφορές από την κοινότητα ή την ομάδα.

Εάν λαμβάνετε λεφτά μετρητοίς, κρατήστε κάπου μια λίστα με το τι ποσό συνεισέφερε ο καθένας. Επιστρέψτε όσα χρήματα αποδείχθηκε ότι δεν χρειάστηκαν. Εάν η συνεισφορά γίνεται μέσω διαδικτύου, χρησιμοποιείστε μια εφαρμογή η οποία δείχνει την κατάσταση της συγκέντρωση των χρημάτων και όπου ο καθένας μπορεί να δει τόσο τον στόχο όσο και το ποσό το οποίο συγκεντρώθηκε. Να είστε όσο το δυνατόν πιο διαφανείς όταν δείχνετε τα έξοδα.

Χρηματοδότηση μέσω κυβερνητικών κονδυλίων/επιχορηγήσεις για τον πολιτισμό ή άλλα

Γιατί να μην χρησιμοποιηθεί το σύστημα για να γίνει κάτι καλό; Από τη στιγμή που ήδη πληρώνετε φόρους συμβάλλοντας στην χρηματοδότηση λογαριασμών, για την εκπαίδευση και τον πολιτισμό (σε πολλές, αλλά όχι σε όλες, τις χώρες) και σε άλλους κυβερνητικούς πόρους, μπορείτε να υποβάλετε αίτηση για χρηματοδότηση ή επιχορήγηση. Αν οργανώσετε ένα καλό σχέδιο και το υποβάλετε στον τοπικό οργανισμό ο

οποίος ασχολείται με τη χρηματοδότηση εκπαιδευτικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, υπάρχει η δυνατότητα να λάβετε χορηγία. Σε αυτή την περίπτωση, θα πρέπει να είστε πλήρως διαφανείς. Είναι επίσης σημαντικό να προετοιμάσετε την αίτηση πολύ νωρίς καθώς πολλές επιδοτήσεις χρειάζονται αρκετούς μήνες επεξεργασίας. Σημείωση-Για να λάβετε επιχορήγηση στις ΗΠΑ μπορεί να χρειαστεί να δημιουργήσετε μια μη-κερδοσκοπική οργάνωση (NPO) με κατάσταση 501(c), η οποία είναι επίπονη, χρονοβόρα, και μπορεί να απαιτήσει τη χρήση ενός ειδικού δικηγόρου σε τακτική βάση απλώς και μόνο για να λειτουργήσει! Το μοντέλο αυτό μπορεί κάλλιστα να εφαρμοστεί και σε άλλες χώρες-μπορεί να χρειαστεί να κάνετε κάποιον έλεγχο.

Χορηγία και συνεργασία με οργανώσεις ομοίων ιδεών

Επικοινωνήστε με τοπικές οργανώσεις ή εταιρίες οι οποίες αναπτύσσουν τεχνολογίες η προωθούν κοινωνικές ιδέες οι οποίες συνάδουν με τους στόχους του Κινήματος Zeitgeist. Αν εξηγήσετε τους στόχους του Κινήματος, όπως επίσης και το στόχο της εκδήλωσης σας, μπορεί να ενδιαφερθούν για την χρηματική ενίσχυση της εκδήλωσης ή ακόμα και για να συμμετάσχουν σε αυτή. Μπορείτε επίσης να τους προσφέρετε ένα χώρο για να παρουσιάσουν τα προϊόντα/τεχνολογίες τους. Ωστόσο πρέπει να καταστήσετε σαφές ότι η εκδήλωση δεν επικεντρώνετε στην προώθηση εμπορικών προϊόντων ή την πώληση τους.

5.4 Προωθώντας την Εκδήλωση

Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να υλοποιήσετε την προώθηση της εκδήλωσής σας. Προσπαθήστε να είστε όσο το δυνατόν πιο δημιουργικοί και ρωτήστε την κοινότητα/ομάδα σας για οποιαδήποτε ευκαιρία μπορεί να έχουν για να βρουν ελεύθερα εργαλεία ή/και υλικά προώθησης.

Κοινωνικά Δίκτυα

Το Facebook, το Twitter, το Google+, το YouTube, το MySpace ή άλλα δημοφιλή διαδικτυακά μέσα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να προωθήσουν την εκδήλωσή με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο από πλευράς προσέγγισης ανθρώπων, χωρίς να σας μετατρέψουν σε spammer. Χρησιμοποιήστε τα στο μέγιστο, όμως με σύνεση, και πάντα σεβόμενοι το εικονικό περιβάλλον το οποίο χρησιμοποιείτε. Αυτή η επιλογή πρέπει να θεωρείται βασική.

Στόμα με Στόμα

Λέγεται ότι η διαφήμιση από στόμα σε στόμα είναι η πιο δυνατή μορφή, καθώς οι άνθρωποι εμπιστεύονται τους φίλους τους περισσότερο από μια άψυχη διαφήμιση. Επιπλέον είναι δωρεάν. Ζητήστε από τους φίλους σας και την κοινότητα να προωθήσουν την εκδήλωσης στους φίλους τους, οι οποίοι με την σειρά τους θα την μεταφέρουν και ούτω καθεξής. Συνδυάστε αυτό το εργαλείο με την δύναμη των κοινωνικών δικτύων και θα έχετε ικανοποιητικά αποτελέσματα. Αυτή η επιλογή πρέπει να θεωρείται βασική.

Διαδικτυακές Αγγελίες

Όσον αφορά την συγκεκριμένη κατηγορία, αρχικά στις ΗΠΑ και πλέον παγκόσμια τίποτα δεν είναι πιο αποδοτικό από ιστοσελίδες όπως το Craigslist ή το Gumtree, τα οποία είναι γνωστό ότι φέρνουν αποτέλεσμα, είναι δωρεάν και έχουν ιστοσελίδες για σχεδόν οποιαδήποτε μεγάλη πόλη στον κόσμο. Πολλές χώρες έχουν τις δικές τους αντίστοιχες ιστοσελίδες οι οποίες μπορεί να χρησιμοποιούνται περισσότερο. Σκεφτείτε να δημοσιεύσετε την διαφήμισή σας μια ή δύο εβδομάδες πριν την εκδήλωση και έπειτα να το ανανεώσετε μια δυο μέρες πριν. Αν θα χρησιμοποιήσετε εισιτήρια για την εκδήλωσή σας το <http://eventbrite.com/> παρέχει μια υπηρεσία η οποία σας προμηθεύει τα εισιτήρια (δωρεάν υπηρεσία για δωρεάν εισιτήρια· χρέωση για κανονικά εισιτήρια) για την εκδήλωσή σας και την διαφημίζει ταυτόχρονα, ενώ σας δίνει την δυνατότητα να μετρήσετε το γενικό επίπεδο ενδιαφέροντος.

Τοπικές εφημερίδες (έντυπες ή διαδικτυακές)

Αυτός μπορεί να θεωρηθεί ο παλιομοδίτικος τρόπος διαφήμισης, αλλά μπορεί ακόμα να είναι αποδοτικός. Βεβαίως τα τμήματα πρέπει να προσπαθούν να βρουν τον πιο φθηνό χώρο διαφήμισης που υπάρχει. Η καλύτερη επιλογή είναι μια κοινωνικά ενσυνείδητη εφημερίδα με αξιοπρεπή κίνηση. Επίσης το να βάλετε διαφημίσεις στα δημόσια μέσα μεταφοράς είναι επίσης αρκετά αποδοτικό.

Δελτίο Τύπου

Ενα δελτίο τύπου είναι μια γραπτή επικοινωνία που απευθύνεται στα μέλη των μέσων μαζικής ενημέρωσης με σκοπό την αναγγελία μιας είδησης φαινομενικά γενικού ενδιαφέροντος, όπως η εκδήλωσή σας! Συνήθως, στέλνονται με e-mail προς τους αρχισυντάκτες εφημερίδων, περιοδικών, ραδιοφωνικών σταθμών, τηλεοπτικών σταθμών, ή/και τηλεοπτικών δικτύων. Τώρα, θα μπορούσε κανείς να σκεφτεί ότι αυτή είναι μια ακριβή πρόταση, αλλά υπάρχει μια ολόκληρη βιοτεχνία ιστοσελίδων προστής δημοσίευσης δελτίων τύπου, και πολλά από αυτά προσφέρουν τις βασικές υπηρεσίες τους δωρεάν ή με ελάχιστο κόστος, όπως για παράδειγμα το pr.com. Υπάρχουν ιστοσελίδες που θα προωθήσουν στη συνέχεια το δελτίο τύπου σε πολύ περισσότερα διαδικτυακά μέσα διάδοσης ειδήσεων, απαλλάσσοντας σας από αυτή την επίπονη εργασία, έναντι ενός μικρού κόστους, όπως για παράδειγμα η pressreleasepoint.com.

Το Κίνημα Zeitgeist σημαίνει (ημερολόγιο, νέα και/η ηλεκτρονικές λίστες)

Ο δικτυακός τόπος του Κίνηματος Zeitgeist σας επιτρέπει να χρησιμοποιήσετε διάφορα εργαλεία για να διαφημίσουν εκδηλώσεις στα εγγεγραμμένα μέλη και τους επισκέπτες της ιστοσελίδας. Όσον αφορά την ιστοσελίδα ενός εθνικού τμήματος, η εκδήλωση μπορεί να διαφημίζεται στο ημερολόγιο, να δημοσιεύεται στο τμήμα ειδήσεων, καθώς επίσης και να αποστέλλεται μέσω του ενημερωτικού δελτίου. Το ίδιο ισχύει πιθανότατα και για την τοπική ιστοσελίδα του τμήματός σας, εάν έχει αναπτυχθεί με αυτές τις βασικές λειτουργίες. Η επιλογή αυτή θα πρέπει να θεωρείται απαραίτητη, ιδίως στην ιστοσελίδα του τμήματος.

Πανεπιστήμια και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα

Ένα άλλο πολύ σημαντικό κοινό είναι οι φοιτητές. Οι φοιτητές τείνουν γενικά να είναι αρκετά δεκτικοί όσων αφορά πληροφορίες για το σημερινό «σύστημα» και μπορεί να το βρουν πολύ ενδιαφέρον να συμμετέχουν στην εκδήλωσή σας. Εξασφαλίστε επικοινωνία με τα πανεπιστήμια μέσα σε ένα λογικό χρονικό πλαίσιο πριν από την εκδήλωση και δείτε εάν έχουν την διάθεση να σας επιτρέψουν να διανείμετε υλικό για την εκδήλωσή σας εντός της πανεπιστημιούπολης. Άλλιώς μπορείτε να ρωτήσετε από το σχολικό συμβούλιο να βάλουν μερικές αφίσες σε κατάλληλα σημεία, και μπορείτε επίσης να διανείμετε φυλλάδια μπροστά στα πανεπιστήμια.

Δράσεις στον Δρόμο

Το να κάνετε δράσεις στον δρόμο πριν από μια εκδήλωση όπως μια διάλεξη ή μια προβολή μπορεί να είναι ένας αποδοτικός τρόπος προώθησης. Αν στήσετε ένα τραπεζάκι με μερικές αφίσες μπορεί να προσελκύσετε κόσμο που ενδιαφέρεται και αφού συζητήσετε να τους δώσετε ένα φυλλάδιο για την εκδήλωση σας.

Τοπικά Μέσα

Τα τοπικά μέσα μπορεί να είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να προωθήσετε την εκδήλωσή σας. Γράψτε ένα προσωπικό γράμμα σε όλους τους θεσμούς που εμπλέκονται στην αναφορά τοπικών εκδηλώσεων και μην ξεχάσετε το ανεξάρτητα μέσα. Εάν πετύχετε ώστε να γράψουν ένα άρθρο για εσάς, αυτό θα βοηθήσει πολύ στην εξάπλωση του μηνύματος, και θα κεντρίσει το ενδιαφέρον των ανθρώπων ώστε να έρθουν στην εκδήλωσή σας.

Υλικό για προώθηση

Επαγγελματικές Κάρτες

Οι κάρτες είναι ένας αποτελεσματικός και φθηνός τρόπος για να δίνετε τις πληροφορίες επικοινωνίας σας όπως και τη διεύθυνση της ιστοσελίδας του τμήματος σας. Το συνηθισμένο μέγεθος είναι 85x55mm. Ιστοσελίδες όπως η vistaprint.com προσφέρουν πολύ καλές προσφορές για παραγγελίες καρτών σε χοντρική. Σημείωση: Να έχετε πάντα μαζί σας μερικές κάρτες!

Φυλλάδια

Αυτά είναι χρήσιμα επειδή περιέχουν πληροφορίες σχετικά με την εκδήλωση και άλλες λεπτομέρειες καθώς και στοιχεία επικοινωνίας και είναι αρκετά φθηνά για να δημιουργηθούν. Το μέγεθος εξαρτάται από την πληροφορία που έχετε, παρόλα αυτά το μέγεθος DL (100x210 χιλιοστά ή 3.9x8.3 ίντσες) ή το μέγεθος A4(8.5x11 ίντσες) χρησιμοποιούνται συχνά. Επίσης μπορείτε να δημιουργήσετε «τρίπτυχα». αυτά είναι καλύτερα για μεγαλύτερα κείμενα και χρησιμοποιούνται σε διαλέξεις όταν οι άνθρωποι περιμένουν τον ομιλητή, ή για να το πάρουν σπίτι. Μπορεί να περιέχουν μια σημείωση για μελλοντική εκδήλωση, και άρα είναι ένας αποδοτικός τρόπος για προώθηση.

Διανομή φυλλαδίων στο δρόμο χωρίς άμεση επαφή με τους ανθρώπους, ή καμία εξήγηση δεν συνιστάται καθόλου. Σε αυτές τις περιπτώσεις το φυλλάδιο συνήθως καταλήγει στα σκουπίδια χωρίς να λάβει οποιαδήποτε προσοχή από το πρόσωπο που το έλαβε. Ο καλύτερος τρόπος είναι οι άνθρωποι να έρχονται σε σας και να τα παίρνουν επειδή ενδιαφέρονται.

DVD

Τα DVD ενδεικτικά περιέχουν, για παράδειγμα, μία ή περισσότερες ταινίες του Peter Joseph (Zeitgeist, Addendum, ή Moving Forward), και/ή μία ή περισσότερες από τις πολλές διαλέξεις του μέχρι σήμερα. Συνήθως παραδίδονται κατά τη διάρκεια μιας εκδήλωσης και όχι για την προώθηση κάποιας. Δείτε το Παράρτημα για περισσότερες πληροφορίες και συμβουλές σχετικά με τα DVD.

Αφίσες

Οι αφίσες μπορούν να πάρουν όλα τα μεγέθη. Το μέγεθος A3 (297x420 χιλιοστά ή 11.7x16.5 ίντσες) προτείνεται γιατί είναι φθηνό και αρκετά μεγάλο οπότε είναι ευδιάκριτο. Όσο μεγαλύτερη είναι η αφίσα τόσο πιο εμφανής είναι· παρόλα αυτά, ταυτόχρονα, τόσο μεγαλύτερο είναι και το κόστος.

Πινακίδες Δρόμου

Οι «Πινακίδες Δρόμου» είναι η μεγαλύτερη έκδοση των αφισών. Αυτές είναι μεγάλες εκτυπώσεις συνήθως σε A1(594x841 χιλιοστά ή 23.4x33.1 ίντσες) οι οποίες τοποθετούνται σε πλατφόρμες σχήματος «A» οι οποίες μπορούν να σταθούν όρθιες στο δρόμο ή προαιρετικά σε ένα τραπέζι. Μια εναλλακτική προσέγγιση ενός A-frame είναι απλά να κολλάτε μια πινακίδα δρόμου σε ένα επίπεδο πλαίσιο όπως ένα κομμάτι σκληρού κόντρα πλακέ, ή ένα ελαφρύ (ροζ) πλαίσιο μόνωσης από άκαμπτο αφρό, και να το κρεμάσετε.

Εάν τυπωθούν σε χαρτί, η πλαστικοποίηση αυτών των πινακίδων δρόμου βοηθά στην στεγανοποίηση τους και στο να τις κάνουν πιο ανθεκτικές. Εναλλακτικά σκεφτείτε να εκτυπώσετε την εικόνα που θα χρησιμοποιήσετε σε βινύλιο. Εδώ επίσης το vistaprint.com προσφέρει πολύ λογικές τιμές σε αυτή την κατηγορία (παρότι ονομάζονται Κάθετες Αφίσες).

Αφίσες

Μια μεγάλη αφίσα βινύλιου, επίσης γνωστή ως πανό για αυτοκινητόδρομο (περίπου 3x15 πόδια) είναι σχετικά ακριβή αλλά μπορεί να είναι πολύ ανθεκτική αν τη χειριστείτε σωστά. Είναι εξαιρετικές όταν

χρησιμοποιούνται στις δράσεις σας στον δρόμο για να στέκονται πίσω από το τραπέζι σας ή στην είσοδο μιας εκδήλωσης και περιέχουν κατ' ελάχιστο ένα σήμα και μια ιστοσελίδα.

5.5 Εκτελώντας την Εκδήλωση

Το πιο σημαντικό για εσάς και όλους τους συμμετέχοντες είναι να απολαύσετε την εκδήλωση και να μάθετε ο ένας από τον άλλο, ενώ ταυτόχρονα προσεγγίζετε το κοινό σας με ένα θετικό και εκπαιδευτικό τρόπο. Εδώ αναφέρονται μερικές συμβουλές και προτάσεις ώστε η εκδήλωσή σας να κυλίσει όσο το δυνατόν πιο ομαλά:

Να έχετε διαθέσιμο υλικό

Σε μια εκδήλωση του TZM, πρέπει να υπάρχει αρκετός αριθμός επαγγελματικών καρτών, φυλλαδίων, και/η DVD για να διανείμετε στους επισκέπτες σας, με την πρόθεση να αφομοιώσουν περισσότερες πληροφορίες αργότερα, με τον δικό τους ρυθμό.

Συγκεντρώστε υλικό

Οπουδήποτε και όταν είναι δυνατόν, φωτογραφήστε και βιντεοσκοπήστε τις εκδηλώσεις σας ώστε να μπορούν να δημοσιοποιηθούν, δείχνοντας το τι κάνει το Κίνημα και ενθαρρύνοντας επιπλέον συμμετοχή.

Μέλη

Είναι σημαντικό τα μέλη που είναι παρόντα να έχουν καλές επικοινωνιακές δεξιότητες ώστε να μοιράζονται τις ιδέες που υποστηρίζει το Κίνημα.

Προγραμματισμός και Ευελιξία

Φτάστε πολύ νωρίς την πρώτη μέρα, ώστε να έχετε άπλετο χρόνο για οποιαδήποτε προετοιμασία της τελευταίας στιγμής. Να είστε σε εγρήγορση από εκεί και πέρα· οι επισκέπτες μπορεί να φτάσουν νωρίς και αν δεν δουν κανένα, μπορεί να φύγουν.

Μόλις ξεκινήσετε, κατά την διάρκεια της εκδήλωσης, παρότι δεν υπάρχει η ανάγκη για ένα αυστηρό πρόγραμμα, είναι ύψιστης σημασίας να βρίσκεται στο περίπτερο ή στο σταντ με τις πληροφορίες ένα ή περισσότερα άτομα, αν μη τι άλλο για λόγους ασφάλειας. Πέρα από αυτό μπορείτε να συμφωνήσετε άτυπα για το πως θα λειτουργεί το περίπτερο. Για παράδειγμα, εάν είναι παρόντα τρία μέλη, τότε δύο μπορούν να ελέγχουν το περίπτερο και το τρίτο να κάνει μια βόλτα στον χώρο και να μοιράζει φυλλάδια.

Δώστε στον εαυτό σας αρκετό χρόνο κατά την διάρκεια της μέρας για γεύμα και διαλείμματα, εναλλάσσοντας τα πόστα. Στην τελική, είναι θέμα απόκτησης εμπειρίας και ανταλλαγής πληροφοριών, όχι μια δοκιμασία για την διαχείριση χρόνου και αντοχής.

Εξασφαλίστε ότι η ιστοσελίδα για την εκδήλωση είναι ελκυστική

Εξασφαλίστε ότι έχετε και διατηρείτε, ένα φιλικό, θερμό, καθαρό και διεγερτικό περιβάλλον στο οποίο ανταλλάσσετε γνώση. Θέλουμε οι επισκέπτες να νιώθουν άνετα, όχι να ενοχλούνται ή να φοβούνται να πλησιάσουν.

Εξασφαλίστε την ακεραιότητα όλων των πληροφοριών

Εξασφαλίστε ότι η πληροφορία για το Κίνημα η οποία προωθείται από εσάς και τα μέλη της ομάδας σας είναι ακριβής και αξιόπιστη, και ότι την μεταφέρετε σωστά στους επισκέπτες σας. Εξασφαλίστε ότι όλοι οι επισκέπτες κατανοούν ότι το Κίνημα ενδιαφέρεται περισσότερο για τις λύσεις παρά για τα προβλήματα.

Food & Beverage

Δεδομένου ότι το Κίνημα υποστηρίζει τη χρήση προσωπικών πόρων αντί για την ενίσχυση του χρηματοπιστωτικού συστήματος, ο διαμοιρασμός είναι μια χρήσιμη επιλογή για την παροχή φαγητού και ποτού σε εκδηλώσεις ενώ ταυτόχρονα αποθαρρύνει τον περιττό καταναλωτισμό. Με την προϋπόθεση ότι επιτρέπεται εντός της αίθουσας, σκεφτείτε να φέρετε τα δικά σας φαγητά και ποτά στην εκδήλωση, και, οπουδήποτε είναι δυνατό να ενθαρρύνετε αυτούς που παρακολουθούν να κάνουν το ίδιο. Η επιλογή της ελεύθερης ανταλλαγής, πέρα από το γεγονός ότι είναι πιθανώς πιο φθηνή από το φαγητό το οποίο πωλείται από άλλα σταντ στην εκδήλωση, μπορεί να οδηγήσει σε ευχάριστες αλληλεπιδράσεις και επίτευξη πιο άνετου κλίματος, συνεισφέροντας, εν μέρει, στην διαδικασία αλλαγής της πολιτισμικής νοοτροπίας.

Μια εξαίρεση σε αυτή την προτεινόμενη εναλλακτική προς την χρηματική συναλλαγή είναι οι καταστάσεις όπου είναι απαραίτητο να δημιουργήσετε κάποιο κέρδος από την πώληση φαγητού και ποτού ώστε να πληρώσετε για την εκδήλωση.

Κρατήστε σημειώσεις για την εκδήλωση στο τέλος

Με την ολοκλήρωση, σκεφτείτε να σημειώσετε το τι πήγε καλά και τι όχι κατά την διάρκεια της εκδήλωσης· μια βασική καταγραφή. Βασισμένοι σε αυτό, σκεφτείτε τι μπορεί να βελτιωθεί την επόμενη φορά και μοιραστείτε το με τα ενεργά μέλη ώστε να μάθουν και εκείνοι από τις εμπειρίες και τις ιδέες σας.

Κεφάλαιο 6

Οργανώνοντας ομάδες εργασίας

Σημείωση: Ένα μέρος του υλικού που παρουσιάζεται σε αυτή την ενότητα έχει παρθεί και προσαρμοστεί από το «*Eγχειρίδιο του Πολίτη*» του Charles Dobson.

6.1 - Η έννοια «δική σου η ιδέα, δικό σου και το έργο»

Το Κίνημα Zeitgeist είναι ένα κίνημα το οποίο βασίζεται σε εθελοντικές προσπάθειες των μελών· οι περισσότεροι από αυτούς τους εθελοντές έχουν να αντιμετωπίσουν τις δικές τους πολυάσχολες ζωές, οι οποίες φυσικά περιέχουν, σπουδές, εργασία, οικογένεια, φίλους, και ούτω καθεξής. Δεν υπάρχει κάνεις στο Κίνημα που παρέχει υπηρεσίες πλήρους απασχόλησης ή πληρώνεται για να το κάνει· ακόμα και οι ευθύνες με το περισσότερο άγχος καλύπτονται από την απλή προσπάθεια ανθρώπων που προσφέρονται να τις υλοποιήσουν.

Εάν έχετε μια ιδέα για ένα έργο στο Κίνημα, τότε τοποθετείτε τον εαυτό σας αυτόματα στη θέση του προσώπου που θα είναι υπεύθυνο γι 'αυτό, αντί να επιρρίπτεται αυτή η ευθύνη στους συντονιστές τμήματος ή σε άλλους διαχειριστές έργων. Φυσικά, είστε ελεύθεροι να δηλώσετε ότι δεν μπορείτε να το οργανώσετε ή ότι δεν έχετε το χρόνο· Ωστόσο, θα πρέπει να γνωρίζετε ότι είναι πολύ απίθανο να το αναπτύξει κάποιος άλλος, και συναισθηματικές αντιδράσεις σχετικά με αυτό δεν σας οδηγούν πουθενά.

Ο λόγος για τον οποίο τονίζεται εδώ αυτό το προφανές σημείο είναι επειδή υπάρχει η ατυχής τάση κάποιων μελών να υποθέτουν ότι μπορούν να φορτώνουν όλη τη βαριά δουλειά των ιδεών που προτείνουν στους ήδη πολυάσχολους συντονιστές, ενώ υποστηρίζουν ότι είναι η «δουλειά» των συντονιστών να το κάνουν. Φυσικά αυτό δεν ισχύει και είναι απλώς μια ατυχής παρανόηση σχετικά με το πως λειτουργεί το Κίνημα.

Για να επαναδιατυπώσουμε ένα επαναλαμβανόμενο θέμα αυτού του εγγράφου, οι περισσότεροι από τους συντονιστές κάνουν ότι κάνουν επειδή αντιλαμβάνονται ότι υπάρχει μια ανάγκη ή ένα κενό, ή επειδή είχαν μια ιδέα και την αναπτύσσουν αναλαμβάνοντας την ευθύνη να φέρουν εις πέρας αυτό που ξεκίνησαν. Ως μέλος ενός Κινήματος βασισμένο σε εθελοντικές συνεισφορές, δεν είστε διαφορετικοί. Το πνεύμα είναι: η ιδέα σας, το έργο σας.

6.2 - Κατευθυντήριες γραμμές

Οι καλοί διαχειριστές και συντονιστές είναι βασικοί για την οργάνωση σε μεγάλη κλίμακα εντός της κοινότητας. Δεν λένε στους άλλους το τι πρέπει να κάνουν αλλά βοηθούν τους άλλους να αναλάβουν πρωτοβουλία γι' αυτό που χρειάζεται. Δεν γίνονται το κεντρικό πρόσωπο στην σκηνή, αλλά τραβούν άλλους πάνω στην σκηνή. Δεν θέλουν να είναι «οι αρχηγοί» αλλά προσπαθούν να βοηθήσουν τους ανθρώπους να γίνουν οι ίδιοι αρχηγοί. Αναγνωρίζουν ότι μόνο με την δημιουργία «περισσότερων αρχηγών» μπορεί να επεκταθεί μια οργανωτική προσπάθεια.

Για λόγους απλότητας, ένας αρχηγός μπορεί να οριστεί ως ένα μέλος που λειτουργεί με βάση τη πρόληψη και όχι με βάση την αντίδραση ή την παθητικότητα.

Δημιουργήστε ένα παράδειγμα

Ο καλύτερος τρόπος για να δείξει ένας αρχηγός αυτό που εννοεί, και να εξασφαλίσει ότι οι άλλοι έχουν ένα σαφές σημείο αναφοράς, είναι με την δημιουργία ενός παραδείγματος. Τα ανθρώπινα όντα είναι γνωστό ότι μαθαίνουν αρκετά από την μίμηση των πράξεων ή των ενεργειών κάποιου άλλου. Για πio πολύπλοκα έργα, ένα έγγραφο με την πρόταση σας το οποίο περιγράφει σαφώς την ιδέα σας βοηθάει τους άλλους να την φανταστούν. Ένα βασικό πρότυπο προτάσεων δίνεται σε επόμενο κεφάλαιο.

Με αυτό τον τρόπο μειώνετε την πιθανότητα να έχετε δύο άτομα που έχουν την εντύπωση ότι δουλεύουν στο ίδιο έργο ενώ στην πραγματικότητα αυτό δεν ισχύει.

Χωριστείτε και αναθέστε εργασίες

Χωρίστε εργασίες ή έργα σε μικρά κομμάτια, και έπειτα συζητήστε το κάθε κομμάτι και συμφωνήστε ποιος θα το αναλάβει. Εξασφαλίστε ότι ο καθένας έχει την δυνατότητα να φέρει εις πέρας την εργασία του, και μετά αφήστε τους να την εκτελέσουν με τον δικό τους τρόπο. Είναι σημαντικό να έχετε κάποιον να ελέγχει την πρόοδο· οι άνθρωποι δεν νιώθουν καλά με το να κάνουν μια εργασία για την οποία κανένας δεν φαίνεται να ενδιαφέρεται πότε θα γίνει.

Η αποτυχία σε αυτόν τον τομέα (της διάσπασης και της σαφούς ανάθεσης) πολύ πιθανό να οδηγήσει σε απογοήτευση ή και χειρότερα, κυρίως λόγω του φαινομένου της «διάχυσης ευθύνης».

Εκτιμήστε όλες τις συνεισφορές, όσο μικρές και αν είναι

Αναγνωρίστε την προσπάθεια των ανθρώπων στις συζητήσεις, στις συναντήσεις, στα ενημερωτικά σημειώματα και ούτω καθεξής και ευχαριστείστε τους ανάλογα. Παρότι υπό μια έννοια κανείς δε θα έπρεπε να νιώθει την ανάγκη να λέει ή να περιμένει να ακούσει ευχαριστώ, καθώς όλοι μας δουλεύουμε σαν «μια μεγάλη ομάδα», η ένδειξη ευγνωμοσύνης και εκτίμησης είναι φυσική και βοηθάει στην αύξηση της αυτοπεποίθησης του δέκτη.

Αποδεχτείτε την εποικοδομητική κριτική

Μπορεί να είναι δύσκολο για κάποιους να δεχτούν κριτική, αλλά τα μέλη πρέπει να νιώθουν ότι μπορούν να ασκούν κριτική χωρίς να τους επιτίθεται κανείς. Μην μπερδεύετε την εποικοδομητική κριτική σε ένα δεδομένο θέμα με προσωπικές επιθέσεις.

Βοηθήστε τους ανθρώπους να πιστέψουν στον εαυτό τους

Ένας καλός διαχειριστής/αρχηγός χτίζει την αυτοπεποίθηση των ανθρώπων ώστε να μπορούν να πετύχουν αυτά που δεν είχαν πετύχει στο παρελθόν. Η αμείωτη αισιοδοξία του διαχειριστή κινητοποιεί τους πάντες.

Είναι ζωτικής σημασίας να εμπνέετε την εμπιστοσύνη στους άλλους καθώς δεν είναι πολύ πιθανό οι άνθρωποι να βοηθήσουν κάποιους που δεν εμπιστεύονται. Πάντα διατηρείτε τα υψηλότερα ποσοστά ειλικρίνειας. Οι καλοί διαχειριστές δεν έχουν δυσκολία να βγουν δημόσια και να παραδεχθούν τις προσωπικές τους αδυναμίες.

Θυμίστε στους ανθρώπους έναν ανώτερο σκοπό

Οι άνθρωποι συχνά προσφέρονται για να υπηρετήσουν έναν ανώτερο σκοπό. Εάν θέλετε να ξεκινήσετε ή να οργανώσετε κάτι πρέπει αν είστε σε θέση να ορίσετε αυτόν τον σκοπό και να τον κρατάτε σαν φωτεινό φάρο

όποτε το απαιτούν οι περιστάσεις.

Όταν επιτυγχάνεται κάτι θετικό, γιορτάστε το σαν ένα παράδειγμα του τι μπορεί να συμβεί όταν οι άνθρωποι δουλεύουν μαζί για ένα κοινό σκοπό· βοηθάει την ομάδα να νιώθει καλά για τις προσπάθειές της.

Για να ενισχύσετε την «δεξιότητα με την οποία μιλάτε στους άλλους» και για να αποκτήσετε αυτοπεποίθηση, σκεφτείτε να λάβετε εκπαίδευση ως δημόσιος ομιλητής (ένα παράδειγμα είναι το Toastmasters International). Σημειώστε ότι αυτό δεν είναι προαπαιτούμενο αλλά μια επιπλέον προσθήκη.

Αποφύγετε να κάνετε την περισσότερη δουλειά

Μην προσπαθείτε να δημιουργήσετε όλο το έργο ή να κάνετε την περισσότερη δουλειά. Οι άλλοι θα γίνουν λιγότερο ενεργοί, και θα κουραστείτε πολύ σύντομα από τον επιπλέον φόρτο εργασίας.

Ενημερωθείτε και ενημερώστε

Μείνετε ενημερωμένοι και ενημερώστε και άλλους. Μόλις υπάρχει μια εξέλιξη σε ένα έργο, αυτή η ενημέρωση πρέπει να μεταφερθεί σε όλα τα σχετικά μέλη, ειδικά σε αυτούς που βασίζονται σε σας για κάτι, μέσα σε ένα κατάλληλο χρονικό πλαίσιο. Ταυτόχρονα, η απλή δημιουργίας εβδομαδιαίων ή δεκαπενθήμερων αναφορών, σχετικά με την δραστηριότητα του έργου, μπορεί να είναι βασικό στοιχείο στην πορεία του προς την επιτυχία, όχι μόνο για το συγκεκριμένο έργο, αλλά επίσης και για άλλους που εξαρτώνται άμεσα ή έμμεσα από αυτό.

Βασικά το να κρατάτε τα πάντα και όλους πλήρως ενημερωμένα, βοηθάει στην εδραίωση ενός πιο δυναμικού και δραστήριου εργασιακού περιβάλλοντος για όλους τους εμπλεκόμενους. Επίσης το να ενημερώνετε τα μέλη και να τους ζητάτε αναφορές σχετικά με την πρόοδο των έργων δίνει σε αυτά τα μέλη την αίσθηση ότι εκτιμάται η προσφορά τους.

Μείνετε Εστιασμένοι

Μερικές δεξιότητες είναι σημαντικές για την επιτυχία ενός συγκεκριμένου έργου και σκοπού, και υπάρχουν και άλλες οι οποίες είναι βασικές· η συγκέντρωση ή η εστίαση είναι ένα είναι μια από αυτές τις βασικές δεξιότητες.

Η δυνατότητα ή η πειθαρχία της συγκέντρωσης στην εκτέλεση μιας εργασίας είναι πολύ δυνατή. Ένα από τα χειρότερα λάθη τα οποία μπορούν να γίνουν σε σχέση με αυτό είναι η υπερφόρτωση ενός εθελοντή. Όταν συσσωρεύονται πολλές ευθύνες σε ένα άτομο τότε αυτό χάνει την προσοχή του· αυτό με την σειρά του, μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια της δυναμικής, η ακόμα χειρότερα, την απώλεια του μέλους. Είναι συνετό να ελέγχετε, περιστασιακά, ότι τα ενεργά μέλη δεν αισθάνονται υπερφορτωμένα ή συναισθηματικά φορτισμένα. Εάν δείτε ότι είναι, τότε είναι σημαντικό να παρέχετε υποστήριξη και να διορθώσετε την ισορροπία, ή να σκεφτείτε να αναθέσετε την εργασία σε κάποιον άλλο.

Να είστε Υπομονετικοί

Αυτό το σημείο είναι εξαιρετικά σημαντικό. Δείτε το κομμάτι «Παραμείνετε Προσγειωμένοι σχετικά με τις Προσδοκίες σας» από το κεφάλαιο με τα Βασικά πιο πάνω. Δεν μπορείτε να απαιτείτε απόλυτη αφοσίωση ή απόδοση από κάποιον που διαθέτει εθελοντικά τον ελεύθερο χρόνο του.

Χάνοντας την υπομονή σας κάνετε τα πράγματα χειρότερα για εσάς και για τους άλλους· η υπομονή δεν είναι απλά μια αρετή, είναι ανάγκη.

6.3 - Μεθοδολογία Έργου

Ένα έργο εξ ορισμού αποτελείται από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: συνίσταται από ένα στόχο ή επιθυμητό αποτέλεσμα, επινοείται ή σχεδιάζεται στρατηγικά και έπειτα εκτελείται, είτε μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο ή ως έργο εν εξελίξει.

Η διαχείριση ενός έργου ορίζεται ως η πειθαρχημένη σχεδίαση, οργάνωση και διαχείρισης των πόρων για να επιτευχθεί η επιτυχής ολοκλήρωσή των συγκεκριμένων στόχων.

Η μεθοδολογία του έργου αποτελείται από 8 απλές φάσεις οι οποίες πρέπει να ολοκληρωθούν με την σειρά ώστε να εξασφαλιστεί η επιτυχία των στόχων του έργου.

Οι «φάσεις» είναι όμοιες με την επιστημονική μέθοδο:

Πρώτη φάση – Αναγνώριση του νέου προβλήματος/υιοθέτηση μια νέας ιδέας

Δεύτερη φάση – Έρευνα

Τρίτη φάση – Σχεδιασμός

Τέταρτη φάση – Υπολογισμός και απόκτηση πόρων (συμπεριλαμβανομένων και των ανθρώπινων πόρων)

Πέμπτη φάση – Ανάθεση εργασιών, και θέσπιση σημαντικών σημείων ή/και χρονοδιαγραμμάτων σε αυτά

Έκτη φάση – Εφαρμογή στην πράξη, και περιοδικός έλεγχος για την πρόοδο της εργασίας και την αντιμετώπιση/επίλυση προβλημάτων που ανακύπτουν (ανάλογα με την σοβαρότητα του προβλήματος ίσως απαιτηθεί επιστροφή στην φάση 2 και/ή 3)

Έβδομη φάση – Επανεξέταση της συνολικής ολοκλήρωσης του έργου (εάν οι στόχοι του έργου δεν ολοκληρώνονται έγκαιρα, ίσως απαιτηθεί επιστροφή στην φάση 2 και/ή 3)

Όγδοη φάση – Ολοκλήρωση/αρχειοθέτηση.

6.4 - Ορίζοντας μια Δομή Έργου

Ορίζοντας τον στόχο και την λογική

Για να εξασφαλιστεί η σαφήνεια ενός δεδομένου έργου με όρους δηλωμένων στόχων και διαδικασιών υπάρχει ένα καθιερωμένο και προτεινόμενο πρότυπο, του οποίου οι ελάχιστες απαιτήσεις είναι:

Το έγγραφο του έργου πρέπει να προσπαθεί να περιγράψει τις βασικές ιδιότητες: *Τι; Ποιος; Που; Πότε; Γιατί; Πώς;*

Υπεύθυνο(α) μέλος(η) Για ενημέρωση του ποιος/ποιοι είναι ο(οι) διαχειριστής(ες) του έργου. Πρέπει να υπάρχουν στοιχεία επικοινωνίας.

Στόχος: Ποιο είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα(τα) του έργου;

Λογική Ποιοι είναι οι λόγοι που θέτουν την ανάγκη για ένα τέτοιο έργο;

Περιγραφή: Ποιο είναι το γενικό πλάνο ή η διαδικασία ανάπτυξης του έργου ώστε να επιτευχθούν τα επιθυμητά αποτελέσματα;

Το έγγραφο του έργου πρέπει να προσπαθεί να περιγράψει τις βασικές ιδιότητες: *Τι; Ποιος; Που; Πότε; Γιατί; Πώς;*

Εχοντας αναφέρει ξεκάθαρα τον στόχο και την λογική θα βοηθήσει να φέρετε περισσότερους εθελοντές στο έργο, να εξασφαλίσετε ότι το καταλαβαίνουν, και να τους κινητοποιήσετε.

Έμφαση στον Σχεδιασμό(*Τρίτη φάση*)

Ο σχεδιασμός (εργασιών, ενεργειών, ροής εργασίας) είναι μια διαδικασία η οποία συχνά υποτιμάται όταν προσεγγίζουμε ένα έργο. Παρόλα αυτά είναι απόλυτα σημαντική, αν όχι το πιο βασικό βήμα σε ένα έργο, αφού η πράξη του σχεδιασμού παίζει ένα μεγάλο μέρος στον καθορισμό της μελλοντικής επιτυχίας του

έργου.

Ένα κοινό ρητό στην διαχείριση χρόνου είναι ότι «Κάθε λεπτό στον σχεδιασμό σώζει 10 λεπτά από την εφαρμογή/πράξη.» Η πραγματοποίηση ενός στιβαρού σχεδίου με σαφήνεια και προοπτικές, είναι η μισή επιτυχία ενός έργου.

Τα βασικά στοιχεία για ένα επιτυχημένο σχέδιο μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- (1) Ορισμός εργασιών και/η στοιχείων
- (2) Ορισμός συγκεκριμένων στόχων των διαφορετικών εργασιών
- (3) Ορισμός προτεραιοτήτων
- (4) Υπολογισμός των πόρων που απαιτούνται

Το σχέδιο πρέπει να είναι όσο πιο ξεκάθαρο και απλό γίνεται ώστε όλοι, για παράδειγμα ένας νέος εθελοντής, να μπορούν να το καταλάβουν.

6.5 - Οργανώνοντας τους Εθελοντές

Αφού έχετε ένα έγγραφο που περιγράφει το έργο και μερικές οργανωτικές λεπτομέρειες, το επόμενο βήμα είναι να φέρετε εθελοντές για να παράγουν θετικά αποτελέσματα. Ενώ μπορούν να χρησιμοποιηθούν κάποιες διαφορετικές ανάλογα με το περιεχόμενο, μια πολύ βασική διαδικασία είναι η ακόλουθη:

1. Οργανώστε μια συνάντηση όπου τα ενδιαφερόμενα μέλη συζητούν για το έργο και κάνουν προτάσεις, γεμίζουν τα κενά, και αντιμετωπίζουν σημαντικά θέματα τα οποία αφορούν το έργο.
2. Εξασφαλίστε ότι συγκεκριμένοι ρόλοι και/η εργασίες ανατίθενται σε συγκεκριμένους εθελοντές.
3. Με τον καιρό, καταγράψτε την δουλειά που έχει γίνει, στείλτε υπενθύμιση αν είναι απαραίτητο, και, εάν απαιτηθεί, μιλήστε με κάθε εθελοντή ξεχωριστά για να εξασφαλίσετε ότι καταλαβαίνει την εργασία που έχει. Εάν υπάρχουν οποιεσδήποτε αβεβαιότητες, βάλτε τους να περιγράψουν την εργασία τους ως έλεγχο.

Κεφάλαιο 7

Διατηρώντας την πρόοδο

Σημείωση: Μερικά από τα παρακάτω σε αυτή την ενότητα έχουν παρθεί και προσαρμοστεί από το «*The Citizen's Handbook*» του Charles Dobson.

7.1 - Πετυχαίνοντας το καλύτερο αποτέλεσμα σε μια συνάντηση

Διευκόλυνση

Ένας σημαντικός ρόλος στο πλαίσιο ενός τμήματος σε οποιοδήποτε επίπεδο είναι η ικανότητα να διευκολύνει τις συναντήσεις, είτε φυσικές, είτε διαδικτυακές. Ο ρόλος του διαμεσολαβητής είναι να διευκολύνει τη διαδικασία της συνάντησης και να βοηθήσει στην επίτευξη βέλτιστων αποτελεσμάτων για όλους όσους εμπλέκονται στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Ένας καλός διαμεσολαβητής είναι ιδιαίτερα χρήσιμος όταν μια ομάδα προσπαθεί να ασχοληθεί με νέα ή δύσκολα θέματα. Σε γενικές γραμμές, ένας διαμεσολαβητής βοηθά τους ανθρώπους να επιμείνουν καθώς αντιμετωπίζουν την αναπόφευκτη σύγχυση και απογοήτευση που σχετίζεται με την προσπάθεια να ενοποιήσουν τις διάφορες απόψεις και προσεγγίσεις με τις δικές τους. Όσο περισσότεροι άνθρωποι μάθουν να αναλαμβάνουν αυτόν τον ρόλο, τόσο το καλύτερο. Εάν αποδεχτείτε το ρόλο του διαμεσολαβητή θα πρέπει να είστε ουδέτεροι. Θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιείτε τις παρακάτω τεχνικές.

Παρακολουθήστε τις τάσεις της ομάδας

Εάν οι άνθρωποι φαίνονται βαριεστημένοι ή ότι δεν παρακολουθούν, ίσως πρέπει να επιταχύνετε τον ρυθμό της συνάντησης. Εάν οι άνθρωποι φαίνεται να έχουν ένταση λόγω μη φανερών διαφωνιών, ίσως πρέπει να φέρετε αντιρρήσεις στο τραπέζι.

Βεβαιωθείτε ότι ο καθένας έχει την ευκαιρία να μιλήσει

Καλέστε τους ήσυχους ανθρώπους να μιλήσουν. Αν κριθεί αναγκαίο, χρησιμοποιείστε το ρολόι, για παράδειγμα: «Έχουμε δεκαπέντε λεπτά ακόμη. Νομίζω ότι πρέπει να ακούσουμε και αυτούς που δεν έχουν μιλήσει πολύ.» Ένας άλλος τρόπος να κάνετε τους ήσυχους ανθρώπους να μιλήσουν είναι να αρχίσετε έναν γύρο, στον οποίο κινείστε κυκλικά, με τον καθένα να έχει μερικά λεπτά για να παρουσιάσει τις απόψεις του.

Ενθαρρύνετε την ανοικτή συζήτηση

Προσπαθήστε να ενθαρρύνετε τους ανθρώπους να μιλήσουν, αν φαίνονται απρόθυμοι να διαφωνήσουν με έναν ομιλητή, για παράδειγμα: «Σε δύσκολα θέματα, οι άνθρωποι μπορεί και να διαφωνούν. Έχει κανένας μια διαφορετική άποψη;» Άλλος ένας τρόπος για να ενθαρρύνετε την ανοικτή συζήτηση είναι να ζητήσετε από τους συμμετέχοντες να αποφύγουν την χρήση της κριτική γλώσσας για μια χρονική περίοδο.

Τραβήξτε τους ανθρώπους με ανοικτές ερωτήσεις

Οι ανοικτές ερωτήσεις απαιτούν περισσότερα από μια απάντηση τύπου ναι/όχι. Μερικά παραδείγματα μπορεί να είναι:

«Φαίνεται να υπάρχει κάποιο πρόβλημα εδώ. Τι νομίζετε ότι πρέπει να κάνουμε;»
«Μπορούμε να πούμε περισσότερα γι' αυτό;» «Τι εννοείς όταν λες...;»

Εισάγετε το χιούμορ

Το χιούμορ είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους για να βελτιώσετε την ατμόσφαιρα των συναντήσεων. Κάνει τις συναντήσεις να μοιάζουν με φιλικές συγκεντρώσεις.

Παραφράστε

Όταν παραφράζετε, προσπαθήστε να αναδιατυπώσετε, σύντομα, αυτό που είπε κάποιος, για παράδειγμα: «Για να δω αν το σε κατάλαβα σωστά...» Εάν η παράφραση δεν πείθει κάποιον ότι ακούστηκε η γνώμη του, πρέπει να επαναλάβετε την συζήτηση, να επαναλάβετε ακριβώς το τι ειπώθηκε και ούτω καθεξής.

Μάθετε να αντιμετωπίζετε δύσκολες συμπεριφορές:

Συγκρούσεις - Όταν δύο μέλη έχουν μια έντονη συζήτηση, σταχυολογήστε τα σημεία που αναφέρθηκαν από τον καθένα και δώστε τον λόγο στην ομάδα.

Μονόλογοι - Διακόψτε τις μεγάλες ομιλίες ενός ανθρώπου με μια δήλωση που να δίνει εύσημα για την συνεισφορά του, αλλά ζητήστε του να κρατήσει τα υπόλοιπα σημεία για αργότερα.

Επαναλήψεις - Παραφράστε την συνεισφορά κάποιου ο οποίος επαναλαμβάνει το ίδιο σημείο συνέχεια. Αυτό δίνει στο άτομο να καταλάβει ότι ακούστηκε.

Διακοπές - Παρέμβετε άμεσα, για παράδειγμα: «Μισό λεπτό, ας την αφήσουμε να τελειώσει αυτό που έχει να πει.»

Συνεχείς κριτικές - Νομιμοποιήστε τα αρνητικά συναισθήματα σε δύσκολα θέματα. Μπορεί να πείτε, «Ναι θα είναι δύσκολο να μειώσουμε την κίνηση στην εν λόγω οδό, αλλά υπάρχουν κάποια επιτυχημένα μοντέλα τα οποία μπορούμε να δούμε.»

Αναγνωρίστε τα σημεία σύγκλισης απόψεων.

Συνοψίστε τις διαφορές στις οπτικές γωνίες και σημειώστε τις κοινές απόψεις. Για παράδειγμα, μπορεί να ξεκινήσετε με: «Φαίνεται ότι συμφωνούμε στο...»

Προτείνετε επιλογές όταν τελειώνει ο χρόνος.

Αναγνωρίστε τις περιοχές συμφωνίας, προτείνετε την κατάθεση μιας ερώτησης, η δημιουργείστε μικρές ομάδες για να αντιμετωπίσουν το θέμα με την άνεσή τους.

Σκεφτείτε να κάνετε ένα τελευταίο γύρο στο τέλος της συνάντησης.

Επιτρέποντας ένα γρήγορα πέρασμα από όλη την ομάδα στο τέλος της συνάντησης δίνει στους ανθρώπους την ευκαιρία να φέρουν ζητήματα τα οποία δεν ήταν στην ατζέντα. Επίσης μπορείτε να αξιολογήσετε την συνάντηση δίνοντας το λόγο σε όλους με τη σειρά. Με περισσότερους από 10 ανθρώπους, ένας γύρος μπορεί να γίνει κουραστικός.

7.2 - Κρατώντας τους Ανθρώπους

Οι άνθρωποι εισέρχονται στις κοινωνικές ομάδες για να συναντήσουν ανθρώπους, να διασκεδάσουν, να μάθουν νέες δεξιότητες, να παρακολουθήσουν κάτι που τους ενδιαφέρει, και να συνδέσουν τις ζωές τους με έναν μεγαλύτερο σκοπό. Φεύγουν αν δεν βρουν αυτό που ψάχνουν. ΟΙ ομάδες πρέπει να ρωτάνε τους εαυτούς τους: Τι οφέλη προσφέρουμε; Και με ποιο κόστος για τα μέλη μας; Πως μπορούμε να αυξήσουμε τα οφέλη και να μειώσουμε το κόστος; Εδώ αναφέρονται μερικές ιδέες από τις οποίες μπορείτε να ξεκινήσετε.

Μείνετε σε επαφή

Η συχνή επαφή είναι σημαντική. Πρόσωπο με πρόσωπο είναι το καλύτερο. Εάν έχετε την δυνατότητα να συναντιέστε, το να μαζευτείτε στο σπίτι κάποιου είναι πιο κοινωνικό από ότι σε ένα δημόσιο εξωτερικό ή εσωτερικό χώρο, και είναι συχνά πιο ευνοϊκό για να φέρετε εργασίες εις πέρας. Με βάση αυτό, εάν ένα κεντρικό σημείο συνάντησης όπως ένα εστιατόριο ή μπαρ είναι λογιστικά προτιμότερο, είναι επίσης καλό, αλλά μπορεί να είναι λίγο πιο θορυβώδες.

Καλωσορίστε τους νέους

Παρουσιάστε τους στα μέλη της ομάδας. Σκεφτείτε να ορίσετε κάποιους που κάνουν την παρουσίαση σε μεγάλες συναντήσεις και εκδηλώσεις.

Βοηθήστε τους ανθρώπους να βρουν την θέση τους μέσα στο οργανωτικό πλαίσιο σας. Για παράδειγμα αν κάποιος νιώθει «έτοιμος για δράση» αλλά δεν έχει αποκρυσταλλώσει το πως θα το κάνει, μια ελκυστική προσέγγιση θα ήταν να πείτε: «Πες μας τα πράγματα τα οποία θέλεις να κάνεις και μπορείς να κάνεις καλά και θα βρούμε ένα τρόπο να τα χρησιμοποιήσουμε.» Η επόμενη πιο ελκυστική πρόταση (η οποία επίσης ενθαρρύνει την αυτοδιαχείριση) είναι: «Εδώ έχουμε κάποια πράγματα τα οποία πρέπει να κάνουμε, αλλά το πως θα γίνουν εξαρτάται από εσένα.»

Συνοψίζοντας, κάντε μία νύξη ώστε να προσκαλέσετε τους νέους να γίνουν περισσότερο αυτόνομοι και ενεργητικοί. Εάν οι ίδιοι άνθρωποι κάνουν τα πάντα οι νέοι νιώθουν αποκλεισμένοι.

Δώστε προσοχή στις διαδικασίες της ομάδας

Οι περισσότερες ομάδες δεν δίνουν αρκετή προσοχή στο πως θα εργαστούν μαζί. Οι μέθοδοι λήψης αποφάσεων δεν είναι ξεκάθαρα ορισμένοι, ούτε οι ρόλοι ή οι υγιείς συμπεριφορές. Για να το αντιμετωπίσουν αυτό, μερικές ομάδες κάνουν την ίδια τη διαδικασία θέμα συζήτησης ορίζοντας κάποιον να την παρακολουθεί.

Δράστε περισσότερο, συναντηθείτε λιγότερο

Η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων δε θέλουν τις συναντήσεις και αν αυτές είναι πάρα πολλές προκαλούν την καταστροφή των κοινωνικών ομάδων. Συγκριτικά, δραστηριότητες όπως η δενδροφύτευση τραβάει μεγάλες ομάδες ανθρώπων από όλες τις ηλικίες. Άρα, είναι απόλυτα αποδεκτό να κανονίσετε τις συναντήσεις σας μόνο όταν πρέπει να σχεδιαστεί ένα συγκεκριμένο έργο ή εκδήλωση. Τέτοιες συναντήσεις «κατ' απαίτηση» είναι ένας τρόπος για να μετριάσετε τις συχνές τακτικές συναντήσεις του τμήματος, εάν αποφασίσετε ότι τέτοιες τακτικές συναντήσεις είναι απαραίτητες. Το τμήμα μπορεί επίσης να συναντιέται συχνά για κοινωνικά γεγονότα, προβολές, εργαστήρια, και ακτιβισμό δρόμου χωρίς να αισθάνονται καταβεβλημένοι από το επίσημο ύφος των συναντήσεων.

Να έχετε μετριοπαθείς χρονικές απαιτήσεις

Πολλοί άνθρωποι ζουν πολυάσχολες ζωές. Μην τους ζητάτε να έρχονται στις συναντήσεις αν δεν είναι απαραίτητο να είναι εκεί. Συνεχίστε να επεκτείνετε τον αριθμό των ενεργών μελών ώστε να εξασφαλίσετε ότι ο καθένας κάνει ένα μέρος της δουλειάς, και κανένας δεν κάνει πάρα πολλά. Να δεσμεύεστε χρονικά για κάποια έργα με λογικό τρόπο.

Κάντε το σε ζευγάρια

Προτείνουμε να εργάζεστε σε ζευγάρια. Βελτιώνει την ποιότητα επικοινωνίας, κάνει την εργασία λιγότερο μοναχική, και εξασφαλίζει ότι διεκπεραιώνονται οι εργασίες. Εθνικά μεικτά ζευγάρια (όπως Άγγλοι και Κινέζοι) μπορούν να διατηρήσουν συνδέσμους μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών. Τα μεικτά ζευγάρια ανδρών και γυναικών μπορούν να έχουν τα πλεονεκτήματα των διαφορετικών τρόπων με τους οποίους

σχετίζονται οι μεταξύ τους. Μπορεί να γίνει πειραματισμός με διάφορα άλλα είδη ζευγαριών.

Δώστε χρόνο για κοινωνικοποίηση και δραστηριότητες

Η συνεχόμενη δουλειά απομακρύνει τους ανθρώπους. Οργανώστε χρόνο για κοινωνικοποίηση στην αρχή και στο τέλος των συναντήσεων. Μετατρέψτε την ρουτίνα σε κοινωνικό γεγονός. Μερικές ομάδες ακτιβιστών μπορεί να δημιουργήσουν ομάδες φίλων και μερικές φορές να σχεδιάζουν εξόδους ή δεύτηνα.

Σημείωση - εάν υπάρχουν επίσημα θέματα, είναι προς όφελος όλων και θα ήταν πιο παραγωγικό, αν η οποιαδήποτε έξοδος λάμβανε χώρα μετά την συνάντηση.

Να παρέχετε εκπαίδευση δεξιοτήτων

Πολλοί άνθρωποι βγαίνουν από την ιδιωτική τους ζωή ώστε να μάθουν κάτι το οποίο το διασκεδάζουν. Το να παρέχετε εκπαίδευση, και/ή να εμπλέκετε την εκπαίδευση με τον ακτιβισμό, είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους για να κρατήσετε τους ανθρώπους.

7.3 - Κοινά Προβλήματα και Κίνδυνοι

Αυτή η ενότητα στοχεύει στο να τραβήξει την προσοχή στους συχνούς κινδύνους ή τα προβλήματα τα οποία ένα τμήμα μπορεί να αντιμετωπίσει, βασισμένη στα προβλήματα τα οποία έχουν παρατηρηθεί μέχρι στιγμής στο Κίνημα. Δώστε προσοχή· καλύτερα να είστε ασφαλείς παρά να το μετανιώσετε!

Ομάδες Ειδικών Ενδιαφερόντων

Γίνετε φίλοι με άλλες ακτιβιστικές ομάδες, σκεφτείτε ακόμα και να διοργανώσετε από κοινού συνεργατικές εκδηλώσεις, αλλά αποφύγετε να δημιουργήσετε περίπλοκες συμμαχίες ή να εξαρτάστε από αυτούς. Πολλές άλλες ομάδες, παρότι σίγουρα όχι όλες, δημιουργήθηκαν ως αποτέλεσμα του παρόντος χρηματοπιστωτικού συστήματος και, ηθελημένα ή όχι, είναι εγκλωβισμένες σε αυτό το μοντέλο· έτσι μερικές από τις φιλοσοφίες είναι θεμελιωδώς βασισμένες σε βάσεις οι οποίες είναι πολύ διαφορετικές, και ίσως ακόμη και αντίθετες με την παγκόσμια προσέγγιση του Κινήματος η οποία είναι η Οικονομία Βασισμένη στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους.

Δυστυχώς, έχει παρατηρηθεί σε μερικές περιπτώσεις ότι τέτοιες ομάδες «στοχεύουν» τα μέλη του τμήματος για να τους προσελκύσουν για τον σκοπό τους αγνοώντας τον δικό μας στην πορεία. Από αυτή την άποψη πρέπει να εξασφαλίσουμε ότι πάντοτε στοχεύουμε στις λύσεις μας και δεν παραστρατούμε επηρεαζόμενοι από τις δικές τους, δηλαδή μένουμε κοντά στις καλά θεμελιωμένες έννοιες και αρχές του Κινήματος *Zeitgeist*. Ωστόσο αυτό δεν αποκλείει την ανταλλαγή πληροφοριών με άλλους οργανισμούς· είναι απλά θέμα διατήρηση μιας ισορροπίας σύμφωνα με την οποία η συνεργασία και η ανταλλαγή πληροφοριών δεν πρέπει να μετατραπεί σε εργασία για κάποιον άλλο οργανισμό και/ή αντικατάσταση στοιχείων από τις αρχές του Κινήματος με τις δικές τους.

Τα τμήματα μπορεί επίσης να λάβουν μερικές όχι και πολύ εγκάρδιες απαντήσεις από την ακτιβιστική κοινότητα. Αυτό μπορεί να συμβεί γιατί κάποιοι φοβούνται ότι θα χάσουν κάποια από τα μέλη τους ή ότι θα ελαττωθούν τα νέα μέλη, και άλλοι γιατί έχουν τόσο στενές σχέσεις με τις ομάδες τους ή τους στόχους τους ώστε απορρίπτουν όλες τις άλλες, αντί να ψάξουν για κοινά σημεία ή συνεργασία.

Διαπροσωπικές Διαμάχες

Για να απλοποιήσετε αυτές τις καταστάσεις, να ανατρέχετε πάντα στο Κίνημα *Zeitgeist* για την επίλυση των συγκρούσεων, δεδομένου ότι έχουμε ισχυρούς κοινούς στόχους. Κρατήστε τις στρατηγικές σας απλές. Μπορεί να προκύψουν αγώνες για «εξουσία», οπότε προσπαθήστε πάντα να διατηρείτε μια ευγενική διάθεση

και έναν επαγγελματικό τρόπο. Εάν προκύψει σύγκρουση αποφεύγετε να την συζητάτε δημόσια, ειδικά σε ένα φόρουμ. Λύσεις και συζητήσεις πρέπει να συμβαίνουν ιδιωτικά ή σε εικονικές συνεδριάσεις που συντονίζονται από ένα τρίτο πρόσωπο. Παραμείνετε επαγγελματίες και ποτέ μην δράσετε με ακραίο ή συναισθηματικά φορτισμένο τρόπο.

Προκλήσεις στην Ιδιωτικότητα

Πρέπει να γνωρίζετε ότι οι περισσότερες από τις αρχές του Κινήματος είναι ανοικτές για πιθανή κατάχρηση, ή κατ' ελάχιστο, υπεξαίρεση, σε περιπτώσεις που ένα μη ευχαριστημένο άτομο ή ομάδα μπορεί να έχει θέματα με ένα άλλο άτομο, ομάδα, σχέδιο ή έργο. Η βασική αρχή της «διαφάνειας» παρότι είναι βασική για την οριζόντια λειτουργία του Κινήματος, είναι πιθανώς ευάλωτη σε κατάχρηση με την πρόκληση ότι δεν θα έπρεπε να υπάρχει ιδιωτικότητα, ότι όλα τα θέματα, μικρά και μεγάλα, πρέπει να είναι ανοικτά και να ψηφίζονται «με δημοκρατικό» τρόπο από όλα τα μέλη και ούτω καθεξής. Είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε πότε τα θέματα πρέπει να αντιμετωπίζονται με ανοικτό τρόπο και πότε πρέπει να υπάρχει κάποια ιδιωτικότητα όπως σε κάποιες περιπτώσεις επίλυσης διαμαχών. Μην επιτρέπετε στον εαυτό σας να παρασυρθεί σε απρεπείς δημόσιες διαμάχες υπό την κάλυψη της διαφάνειας. Ο καθένας έχει δικαίωμα σε ένα βαθμό ιδιωτικότητας, ειδικά σε σχέση με τα αισθήματα, τις απόψεις και τις αποφάσεις ενός άλλου στόμου. Το που βρίσκεται αυτή η γραμμή (δηλαδή, τι όντως αποτελεί ένα θέμα μεγάλης σημασίας σε σχέση με μια απλή προσωπική ατζέντα) είναι μια κρίση την οποία πρέπει να κάνετε μόνοι σας. Όταν υπάρχει αμφιβολία πάντως, αναζητήστε συμβουλή από το Κίνημα.

Εξτρεμισμός

Πρόκειται για ένα κίνημα/κοινότητα για όλους. Μην απομονώνετε την ομάδα σας με τον περιορισμό του ακτιβισμού σε ορισμένες ομάδες ανθρώπων. Μην συνδέετε τον εαυτό σας με το αλκοόλ, τα ναρκωτικά, την επιθετική συμπεριφορά ή τα δόγματα φόβου. Διατηρείτε πάντα την ομάδα ανοικτή σε όλα τα είδη πολιτισμών και ανθρώπων όλων των ηλικιών. Να είστε θετικοί και να εστιάζετε στις λύσεις. Πείτε στους ανθρώπους ένα μήνυμα ελπίδας και προσφέρετε τους λύσεις που είναι εμπειρικά επαληθεύσιμες και αποδείξιμες.

Πολύ λίγη διασκέδαση

Οι μακροχρόνιοι ακτιβιστές διασκεδάζουν όταν είναι μαζί. Οι άνθρωποι που παίρνουν τους εαυτούς τους πολύ σοβαρά μπορεί να κάνουν την οποιαδήποτε εργασία σαν αγγαρεία. Το να βρίσκεστε μαζί πρέπει να μοιάζει περισσότερο σαν αναψυχή αντί για δουλειά, άσχετα με το πόσο σημαντικό είναι το θέμα. Αυτοί που καταλαβαίνουν αυτό το επίπεδο εμπλοκής τονίζουν την σημασία του να υπάρχει διασκέδαση ως ίση με το να ολοκληρώνονται οι εργασίες που υπάρχουν.

Πολύ έμφαση στην οργάνωση και πολύ λίγη στην αποστολή

Ελπίζοντας να γίνουν πιο οργανωμένες, πολλές μικρές ομάδες δημιουργούν μικρές γραφειοκρατίες οι οποίες απορροφούν την ενέργεια των μελών. Συχνά πηγαίνει τόση πολύ προσπάθεια στην οργάνωση που μένει πολύ λίγη για να αναζητήσετε τον λόγο για τον οποίο δημιουργήσατε τον οργανισμό εξ' αρχής. Κρατήστε τις οργανωτικές εργασίες στο ελάχιστο.

Πάρα πολλές συναντήσεις και πολύ λίγη δράση

Οι περισσότεροι άνθρωποι προτιμούν να δρουν πάνω σε κάτι στέρεο αντί να κάθονται σε μια συνάντηση λογομαχώντας ή προσπαθώντας να «φτάσουν σε συναίνεση». Μερικές συναντήσεις είναι συνήθως απαραίτητες, αλλά προσπαθήστε να κρατήσετε την συχνότητά τους χαμηλή, τον χρόνο μικρό, και τον αριθμό των συμμετεχόντων μικρό.

Ένα συναφές πρόβλημα είναι η πάρα πολύ κριτική και ελάχιστη δράση. Κάθε ομάδα υπεράσπισης ενός

στόχου πρέπει να δημιουργεί επιλογές για δράση. Για να το κάνετε αυτό καλά, οι συμμετέχοντες πρέπει να σβήσουν την «φωνή της κρίσης», και να παραδοθούν στην διαδικασία μιας ανταλλαγής ιδεών. Δυστυχώς, όταν οι άνθρωποι συνευρίσκονται ανοίγουν συνήθως την «φωνή της κρίσης» τους στο πλαίσιο της προετοιμασίας για τη λήψη αποφάσεων. Αν παραμείνουν σε αυτό το κριτικό πλαίσιο σκέψης, θα δημιουργήσουν ελάχιστες επιλογές για δράση, τίποτα δεν θα γίνει, και κανείς δεν θα διασκεδάσει.

Πάρα πολλοί άνθρωποι

Λόγω της έμφασης στο να εμπλακούν περισσότερα άτομα, πολλοί άνθρωποι αισθάνονται ότι οι μεγάλες ομάδες είναι καλύτερες από τις μικρές ομάδες. Αυτό είναι λάθος. Μια ομάδα εργασίας δεν πρέπει να υπερβαίνει τα εννέα άτομα. Αυτό είναι το ανώτατο όριο αυτού που οι κοινωνιολόγοι αποκαλούν μια κύρια ομάδα. Μια μικρή ομάδα δεν αποκλείει τη συνεργασία με άλλους κάτω από την ομπρέλα μιας μεγαλύτερης ομάδας· ούτε αποκλείει την επικοινωνία με μεγαλύτερο αριθμό ατόμων μέσω email, ειδικών εκδηλώσεων και ετήσιων συνεδρίων.

Οι λάθος άνθρωποι

Επειδή το χτίσιμο ενός Κινήματος περιλαμβάνει την εργασία με άλλους, πολλοί θα υποθέσουν ότι πρέπει να καλωσορίζουν οποιονδήποτε εντάσσεται. Όμως αυτή η ώθηση μπορεί να οδηγήσει σε γρήγορη πτώση. Λίγοι είναι έτοιμοι να παραδεχθούν αυτό που είναι εμφανές σε κάθε ομάδα: μερικοί άνθρωποι είναι χρήσιμοι για την ομάδα και κάποιοι άλλοι είναι επιζήμιοι.

Ενώ κάθε ομάδα μπορεί να χειρίστεί μια μικρή μερίδα ανθρώπων που είναι πολύ θυμωμένοι, πολύ μαχητικοί, πολύ συγκεντρωτικοί ή πολύ μόνοι, καθώς το ποσοστό αυτών των ανθρώπων αυξάνεται, ψύχραιμοι, φιλικοί, ικανοί άνθρωποι αρχίζουν να φεύγουν. Καθώς αυξάνει η ανισορροπία, ακόμη περισσότεροι αφήνουν την ομάδα. Προκειμένου να αποφευχθεί αυτό θα πρέπει να είστε προετοιμασμένοι ψυχικά για να λάβετε μέτρα από την αρχή, από το πρώτο σημάδι προβλήματος, ειδικά με αρνητικούς ανθρώπους. Για παράδειγμα, για ένα άτομο το οποίο είναι προφανώς θυμωμένο (troll), μια ήσυχη και ευγενική απάντηση θα μπορούσε να είναι, «Ακούγεσαι σαν να μην είσαι απόλυτα σύμφωνος με αυτό που κάνει το Κίνημα. Ισως υπάρχουν άλλοι οργανισμοί που είναι περισσότερο σύμφωνοι με τις απόψεις σου.», ή μια εναλλακτική πρόταση που μοιάζει σύμφωνη με τη δική σας ιδιοσυγκρασία.

Πολύ λίγη επαφή

Είναι πολύ δύσκολο για τους ανθρώπους να διατηρήσουν μια εργασιακή σχέση όταν βλέπουν ο ένας τον άλλο μια φορά τον μήνα. Καθώς η ομάδα σας γίνεται περισσότερο ενεργή, μια φορά την εβδομάδα μπορεί να είναι καλύτερα, όχι επειδή είναι πιο συχνά, αλλά επειδή ταιριάζει με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι οργανώνουν τις άλλες δραστηριότητές τους. Εάν μια φυσική επαφή είναι δύσκολη, συχνά τηλεφωνήματα, email ή διαδικτυακή επικοινωνία όπως με το Teamspeak, μπορεί να δουλέψουν ως εναλλακτικές.

Πολύ λίγος χρόνος

Το μεγαλύτερο εμπόριο στην συμμετοχή στα κοινά είναι η έλλειψη διακριτού ελεύθερου χρόνου. Στις οικονομίες της αγοράς οι άνθρωποι ξοδεύουν τον περισσότερο χρόνο τους δουλεύοντας και καταναλώνοντας, αφήνοντας πολύ λίγο χρόνο για φίλους και οικογένεια, και καθόλου χρόνο για εμπλοκή στα κοινά. Στις κοινωνίες σε ύφεση αυτοί οι ίδιοι άνθρωποι μπορεί να έχουν χρόνο αλλά όχι λεφτά, ακόμα και για βενζίνη ή για εισιτήριο για τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς. Επαναλαμβάνουμε ότι αυτή είναι μια εγγενής κατάσταση «μισθωτού σκλάβου» στο σημερινό πνεύμα της εποχής την οποία όλοι μας πρέπει να αντιμετωπίσουμε.

Πολύ βραχυπρόθεσμοι στόχοι

Αν μια ομάδα έχει ενωθεί γύρω από την επίτευξη ενός συγκεκριμένου στόχου, οι συμμετέχοντες πρέπει να

συνειδητοποιήσουν ότι η διατήρηση της πίεσης για παρατεταμένη χρονική περίοδο είναι απαραίτητη. Προσδοκίες για γρήγορη νίκη θα πρέπει να μετριαστούν με την κατανόηση ότι οι αντίπαλοι της αλλαγής επιτυγχάνουν πιο συχνά μόνο και μόνο επειδή αντέχουν περισσότερο. Ξέρουν ότι αν δεν κάνουν κίνηση, οι περισσότεροι ακτιβιστές θα αποθαρρυνθούν και θα υποχωρήσουν στην ιδιωτική τους ζωή. Οι ομάδες πρέπει να διατηρούν τον ενθουσιασμό τους και να αναγνωρίζουν ότι, αν ο σκοπός τους είναι δίκαιος, όντως θα επικρατήσουν. Όπως είπε ο Γκάντι: «Πρώτα σας αγνοούν, μετά γελάνε μαζί σας, μετά σας πολεμούν, και μετά κερδίζετε.» Άλλα χρειάζεται χρόνος.

Οι στόχοι υπερβαίνουν των πόρων

Ομάδες εννέα ή λιγότερων ατόμων μπορούν να υποστηρίζουν τους εαυτούς τους από άποψη πόρων. Ωστόσο, όσο αυξάνεται το μέγεθος της ομάδας, η έλλειψη χρημάτων και χρόνου συνήθως οδηγεί σε ραγδαία πτώση. Χωρίς έμμισθο προσωπικό δεν υπάρχει κανείς για να κάνει την οργανωτική δουλειά, και κανείς να εκπαιδεύσει, να διαχειριστεί και να επιβραβεύσει τους εθελοντές. Καθώς οι άνθρωποι εξαφανίζονται, πολλά ενεργά μέλη προσπαθώντας να κάνουν οι ίδιοι ολοένα και περισσότερα, κουράζονται. Μια έλλειψη πόρων δεν σημαίνει ότι εγκαταλείπουμε. Αυτό σημαίνει, ωστόσο, την επινόηση έξυπνων τρόπων για τη διαχείριση του χρόνου, των διασυνδέσεων και των δεξιοτήτων σας.

Εν συντομίᾳ: περιορίστε το μέγεθος της ομάδας, εξασφαλίστε ότι τα μέλη απολαμβάνουν την παρέα των άλλων, διασκεδάστε, αποφύγετε να χρησιμοποιείτε περισσότερους πόρους απ' όσο χρειάζεται και μην παρεκκλίνετε από το στόχο σας ή από οποιαδήποτε θέματα προκύπτουν.

Κεφάλαιο 8

Γενικές Οδηγίες προς τα τμήματα

8.1 - Ιστοσελίδες Τμήματος

Κάθε ιστοσελίδα τμήματος πρέπει να περιέχει:

- Ένα σύνδεσμο για την παγκόσμια ιστοσελίδα (www.thezeitgeistmovement.com)
 - Μια ενότητα «Σχετικά» η οποία θα περιέχει τις πληροφορίες που βρίσκονται στο αντίστοιχο κομμάτι της παγκόσμιας ιστοσελίδας.
 - Μια φόρμα επικοινωνίας ή ένα εμφανές e-mail επικοινωνίας.
 - Μια ενότητα με επιπλέον υλικό όπως διαλέξεις, διαδικτυακές εκπομπές, έγγραφα και ούτω καθεξής.
- Μια σελίδα για τα υποτμήματα και τις βασικές πληροφορίες για το πως/τι πρέπει να γίνει ώστε να δημιουργηθεί ένα νέο τμήμα (μπορεί να είναι τόσο απλό όσο μια βασική περιγραφή και αναφορά σε συγκεκριμένη διεύθυνση).
- Να έχει συνδέσμους για τον οδηγό ακτιβιστή και το βίντεο σε αρκετά εμφανές σημείο.
 - Τα πνευματικά δικαιώματα πρέπει να περιέχουν άδεια «Creative Commons Attribution-Noncommercial-Share Alike» (ελέγχετε τα πνευματικά της παγκόσμιας ιστοσελίδας ως παράδειγμα).
- Τουλάχιστον έναν τρόπο για να μεταφέρετε σημαντικές ενημερώσεις και/ή επερχόμενες εκδηλώσεις (blog, εφαρμογή ημερολογίου, λίστα διανομής και ούτω καθεξής).
- Το λογότυπο και το όνομα της ιστοσελίδα πρέπει να συσχετίζονται εμφανώς με το κίνημα.
 - Το σχέδιο πρέπει να είναι αξιοπρεπές.
 - Όχι διαφημίσεις ή αναδυόμενα παράθυρα (pop-ups).

Για τις άλλες ιστοσελίδες του τμήματος ή για κάθε άλλο εικονικό μέσο, ισχύουν οι ακόλουθες οδηγίες:

- Ένας σύνδεσμος για την παγκόσμια ιστοσελίδα και/ή την επίσημη ιστοσελίδα του εθνικού τμήματος.
 - Μια φόρμα επικοινωνίας ή ένα εμφανές e-mail επικοινωνίας.
- Τουλάχιστον έναν τρόπο για να μεταφέρετε σημαντικές ενημερώσεις και/ή επερχόμενες εκδηλώσεις (blog, εφαρμογή ημερολογίου, λίστα διανομής και ούτω καθεξής).
- Το λογότυπο και το όνομα πρέπει να σχετίζονται εμφανώς με το κίνημα.
 - Όχι διαφημίσεις ή αναδυόμενα παράθυρα (pop-ups).

8.2 - Ακτιβισμός στον δρόμο

Ο ακτιβισμός στον δρόμο πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο ήρεμος και φιλικός, ενώ το μήνυμα του Κινήματος πρέπει να μεταφέρεται με συνέπεια και σαφήνεια. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να μεταφέρει την πληροφορία και να περιγράφει έννοιες όπως κυκλική κατανάλωση, η επιστημονική μέθοδος, η Οικονομία Βασισμένη στους Φυσικούς Πόρους και Νόμους και ούτω καθεξής.

Γενικά, να είστε συνεργατικοί με την αστυνομία. Παρά το κακό τους όνομα είναι εκεί για να σας προστατέψουν. Εάν μιλήσετε μαζί τους με έναν φιλικό τρόπο κάποιοι από αυτούς μπορεί είτε να έχουν ακούσει ή/και να υποστηρίζουν το Κίνημα.

8.3 - Διαδηλώσεις

Το Κίνημα Zeitgeist είναι ένα κοινωνικό/εκπαιδευτικό κίνημα και δεν εμπλέκεται σε καμία διαμαρτυρία ή διαδήλωση ως μέσο για να μεταφέρει το κεντρικό του μήνυμα. Αυτό είναι αναποτελεσματικό και δεν αντιμετωπίζει το βασικό πρόβλημα. Με άλλα λόγια, μπορεί να είναι ευγενικές κινήσεις, αλλά δεν μας πάνε αρκετά μακριά. Έτσι, όσο συναισθηματική και συναρπαστική μπορεί να φαίνεται μαι κίνηση διαμαρτυρίας δεν θα πρέπει να πραγματοποιείται εκ μέρους του Κινήματος Zeitgeist.

Με τα παραπάνω κατά νου, οι ομάδες του Κινήματος ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε ειρηνικές και κοινωνικά σχετικές διαμαρτυρίες. Η συμπεριφορά η οποία πρέπει να επιδεικνύεται από τα μέλη που αντιπροσωπεύουν το Κίνημα πρέπει να είναι μια ενημερωτική και εκπαιδευτική στάση, και όχι μία στάση διαμαρτυρίας ή σαρκασμού. Μια προτεινόμενη στρατηγική είναι να τοποθετήσετε πληροφοριακά σταντ σε περιφερειακές περιοχές, και σε ασφαλή απόσταση από τον τόπο που λαμβάνουν χώρα οι πράξεις διαμαρτυρίας. Αυτό μπορεί να υποστηριχθεί από μια ομάδα κινητών μελών τα οποία περιπλανώνται στην περιοχή και προσεγγίζουν ήρεμα ανθρώπους, τους μιλάνε, μοιράζουν φυλλάδια και ούτω καθεξής.

Αν κάποιος που τυγχάνει να είναι μέλος του Κινήματος επιλέξει να συμμετάσχει στη διαμαρτυρία από μόνος του, ως άτομο, έχει το δικαίωμα, θα πρέπει (όμως) να βεβαιωθεί ότι δεν προβάλλεται ως ακτιβιστής του Κινήματος, και ότι γνωρίζει πως δεν μπορεί να εκπροσωπεί το Κίνημα εκείνη τη στιγμή. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να αποφεύγει να χρησιμοποιεί προωθητικό υλικό του Κινήματος, όπως μπλουζάκια, αφίσες, πανό και ούτω καθεξής. Δεν πρέπει να κάνει αναφορά στην εθνική/παγκόσμια δομή, και φυσικά να μην επικοινωνεί σε πρώτο πληθυντικό πρόσωπο με το «εμείς».

Σε περίπτωση φυσικής βίας, κάθε ακτιβιστής του Κινήματος πρέπει να αποχωρεί από την σκηνή και επίσης να αποφεύγει την συμμετοχή σε λεκτική βία ενάντια σε οποιαδήποτε ομάδα.

8.4 - Εύρεση Χρημάτων

Σε παγκόσμιο επίπεδο το Κίνημα λειτουργεί με δαπάνη χρόνου όχι χρήματος. Κανένα τμήμα δεν επιτρέπεται να ζητάει άμεσες, ανοικτές δωρεές. Η φράση «ανοικτές δωρεές» αναφέρεται σε συνεχείς δωρεές που συγκεντρώνονται χωρίς ρητό σκοπό. Για παράδειγμα, οι δωρεές που συγκεντρώνονται για την «στήριξη του Κινήματος», είναι πολύ ασαφής και αόριστη φράση, και δεν παρέχει καμία διαφάνεια. Ωστόσο, μια διαδικασία συγκέντρωσης δωρεών, για την κάλυψη μιας συγκεκριμένης ανάγκης κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου με τον ρητό σκοπό «ενοικίαση ενός χώρου» για παράδειγμα επιτρέπει στους ανθρώπους να κατανοήσουν πλήρως πού πηγαίνουν τα χρήματά τους, και αυτή η διαφάνεια, ως εκ τούτου, διευκολύνει την λήψη αποφάσεων μετά από ενημέρωση, σχετικά με το αν πρέπει ή όχι να δώσουν αυτά τα χρήματα.

Συνολικά, το Κίνημα λειτουργεί σκόπιμα με ένα εθελοντικό μοντέλο βασισμένο στην προσωπική συμβολή. Ωστόσο, υπάρχουν δύο βασικές εξαιρέσεις από τον περιορισμό των νομισματικών συναλλαγών. Δεδομένου ότι οι ιστοσελίδες κοστίζουν χρήματα για να λειτουργούν, είναι σεβαστό να προσφέρεται κάποιο σεβαστό εμπορεύσιμο είδος. Η παγκόσμια ιστοσελίδα, για παράδειγμα, προσφέρει ένα απλό μπλουζάκι για να συμβάλει στην αντιστάθμιση των διοικητικών εξόδων και των εξόδων φιλοξενίας. Κάθε τμήμα έχει τη δυνατότητα να προσφέρει επίσης ένα προσαρμοσμένο μπλουζάκι ή κάτι παρόμοιο. Ωστόσο οποιαδήποτε «υπερβολική» εμπορευματοποίηση θα καταστέλλεται εάν αρχίζει να πλησιάζει τα όρια της κατάχρησης. Οι αποφάσεις αυτές λαμβάνονται με την συναίνεση των διεθνών/παγκόσμιων διαχειριστών.

Η δεύτερη εξαίρεση είναι όταν πρέπει να γίνει ένα έργο το οποίο χρειάζεται χρηματοδότηση. Συνήθως αναμένεται πως αυτά τα χρήματα θα έρθουν από ένα άτομο ή μια ομάδα απόμων που εργάζονται άμεσα με το τμήμα. Εάν αυτό δεν είναι δυνατό, μπορεί να στηθεί ένα προσωρινό, πλήρως διαφανές, σύστημα δωρεών για

να καλύψει τις ανάγκες του εν λόγω έργου.