



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

**Εθνικόν και Καποδιστριακόν Πανεπιστήμιον Αθηνών**  
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ  
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ  
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ

**Η ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ WEB 2.0 ΑΠΟ ΤΙΣ  
ΑΥΤΟΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ (ΑΟΚΑ) ΓΙΑ ΤΗ  
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΝΕΩΝ ΜΟΡΦΩΝ  
ΔΡΑΣΗΣ**

ΑΓΓΕΛΟΣ ΑΓΑΣ (Α.Μ. 32001)

ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΓΚΟΥΣΚΟΣ

*Διπλωματική εργασία που κατατίθεται ως μέρος των απαιτήσεων του  
Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Επικοινωνία και τα Μέσα  
Μαζικής Ενημέρωσης*

**Αθήνα, Ιούνιος 2014**

## Ευχαριστίες

Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας εργασίας, κύριο Δημήτρη Γκούσκο, για τις ιδέες του, τα σχόλιά του, την καθοδήγησή του, και τη συνολική συνεργασία που είχαμε. Έπειτα, τη διδακτορική φοιτήτρια, κυρία Ελένη Ρεβέκκα Στάιου, τόσο για τη δουλειά της, που αποτέλεσε αφορμή για την έρευνα αυτή, όσο και για τις εποικοδομητικές συζητήσεις και την πολύτιμη βοήθειά της στην εκπόνηση της έρευνας.

Κατόπιν, ευχαριστώ τους συντελεστές των δράσεων «Ένας καφές που περιμένει» και «Book4book», για τη συνεργασία τους και για τα στοιχεία που παρείχαν για την εκπόνηση της παρούσας έρευνας, καθώς επίσης και για το σημαντικό τους έργο, που ευελπιστώ να αποτελέσει πηγή έμπνευσης για πολλούς, με αφετηρία την έρευνα αυτή.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στους αφανείς ήρωες αυτής της εργασίας, που μπορεί να μη συνέβαλαν στην εκπόνησή της, αλλά ήταν εκεί για να με στηρίζουν:

- στους γονείς μου και τον αδερφό μου, για την υπομονή που επέδειξαν, τη δύναμη που μου έδωσαν και την ηρεμία που μου εξασφάλισαν,
- στον Νίκο Προβατά, για την ιώβεια υπομονή του να ακούει τους προβληματισμούς μου, για τη δύναμη και το κουράγιο που μου έδωσε, και για τις στιγμές γέλιου και γόνιμων προβληματισμών που μοιραστήκαμε,
- στην Κέλλυ Κική, για τις ατέλειωτες συζητήσεις μας, την υπομονή που επέδειξε στο να μοιραστούμε τους προβληματισμούς μας, και στη δύναμη που μου έδωσε να συνεχίσω,
- και τέλος, στη Βάσια Σπυρτούδη, πραγματική φίλη, που η παρούσα εργασία με κράτησε μακριά της, αλλά εκείνη ήταν πάντα εκεί να με περιμένει.

Τους ευχαριστώ όλους για τη στήριξή τους.

## Επιτελική σύνοψη

Με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και τη διεύρυνση του web 2.0, δηλαδή των πλατφορμών των συλλογικών μέσων (social media), παρατηρείται ένα πέρασμα από την παθητική κουλτούρα στην ενεργό δράση. Οι χρήστες, ως πολίτες, αποκτούν, εντός του web 2.0, νέες δυνατότητες, τις οποίες εκμεταλλεύονται για παραγωγή και διαμοιρασμό περιεχομένου, αλλά και για κινητοποίηση και οργάνωση για διάφορα ζητήματα που τους αφορούν. Ειδικότερα σε εποχές κρίσεων, οι χρήστες του web 2.0 αξιοποιούν το μέσο για να αυτοοργανωθούν, καλύπτοντας, με αυτό τον τρόπο, ένα κενό του επίσημου κράτους, ή αντιδρώντας για την κατάσταση που παρουσιάζει το επίσημο κράτος.

Σε αυτό το πλαίσιο, και με δεδομένη την οικονομική κρίση που πλήττει αυτή τη χρονική στιγμή την Ελλάδα, και που συμβάλλει στην κατάρρευση του επίσημου κράτους και των λειτουργιών του, παρουσιάζονται και στην Ελλάδα διάφορες αυτοοργανωμένες δράσεις, ή αλλιώς «αυτοοργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης», οι οποίες, ωστόσο, δεν αξιοποιούν απαραίτητα το web 2.0 για να οργανωθούν και να λειτουργήσουν. Όμως, εντός web 2.0 γίνεται μια προσπάθεια συγκέντρωσης και καταγραφής των σχετικών δράσεων, στην πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0», η οποία αναλαμβάνει να οργανώσει την πληροφορία σχετικά με τις αυτοοργανωμένες δράσεις στην Ελλάδα.

Η συσσώρευση αυτών των ιδεών στο πλαίσιο του web 2.0 αποτελεί ένα κίνητρο, ούτως ώστε αυτές οι δράσεις να μην αποτελούν απλώς πληροφορία εντός του web 2.0, αλλά διευρύνοντας το αντικείμενο δράσης τους, να μπορέσουν να καλύψουν μεγαλύτερο εύρος αναγκών, εξυπηρετώντας ένα μεγαλύτερο κύκλο ανθρώπων. Για να διευρύνει μια δράση το αντικείμενό της, είναι απαραίτητο να αποδομηθεί, ούτως ώστε να μπορέσει μετά να επιτευχθεί η γενίκευσή της. Αυτός είναι και ο στόχος της παρούσας έρευνας, δηλαδή η δημιουργία ενός μηχανισμού αποδόμησης δράσεων, για τη δημιουργία ενός σπόρου δράσης, ο οποίος να μπορέσει μελλοντικά να γενικευτεί και να καρποφορήσει, προς όφελος περισσότερων.

## Πίνακας περιεχομένων

Κατάλογος πινάκων.....	6
Κατάλογος διαγραμμάτων.....	8
1. Εισαγωγή.....	10
2. Θεωρητικό πλαίσιο.....	13
2.1. Web 2.0: από την «παθητική κουλτούρα» στην ενεργό δράση.....	13
2.2. Συλλογικά μέσα: το πεδίο συμμετοχής και δράσης στο Web 2.0.....	15
2.3. Web 2.0 και αλληλεγγύη.....	18
2.4. Από τον ενεργό πολίτη στον ακτιβιστή πολίτη.....	20
2.5. Web 2.0 και ανάδυση του ομότιμου κινήματος.....	22
2.6. Η έννοια της αυτοοργάνωσης στα κοινωνικά κινήματα και την κοινωνία.....	25
2.7. Η αλληλεγγύη και η ενεργή συμμετοχή στην Ελλάδα.....	29
2.8. Η αυτοοργάνωση στην Ελλάδα.....	31
3. Ερευνητικό πλαίσιο.....	36
3.1 Ανακεφαλαίωση σημαντικών σημείων του θεωρητικού πλαισίου.....	36
3.2 Περιγραφή έρευνας.....	38
3.2.1 Στόχος της έρευνας – ερευνητικό ερώτημα.....	38
3.2.2 Μέθοδος συλλογής δεδομένων.....	39
3.2.3 Συμμετέχοντες – επιλογή δράσεων.....	40
3.2.4 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων – σποροποίηση.....	42
3.3 Περιγραφή επιλεγμένων δράσεων.....	45
3.3.1 Δράση «Ένας καφές που περιμένει».....	45
3.3.2 Δράση «Book4book».....	46
4. Ανάλυση / σποροποίηση της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».....	48
4.1 Στάδιο 1α: διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης.....	48
4.2 Στάδιο 1β: διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους καταστηματάρχες που συμμετέχουν στη δράση.....	49
4.3 Στάδιο 2: αναγνώριση των οντοτήτων που θέτουν τους κανόνες της δράσης..	50
4.4 Στάδιο 3: αναγνώριση των ζητημάτων/παραμέτρων της δράσης.....	51
4.5 Στάδιο 4: αποδελτίωση των συνεντεύξεων, ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της δράσης.....	52
4.6 Στάδιο 5: ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/πaráμετρο.....	55
4.7 Στάδιο 6: ανάπτυξη εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/πaráμετρο.....	56

4.8 Στάδιο 7: παρουσίαση του συνολικού σπόρου της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».....	62
4.9 Στάδιο 8: οπτικοποίηση του συνολικού σπόρου της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».....	73
5. Ανάλυση / σποροποίηση της δράσης «Book4book».....	78
5.1 Στάδιο 1: διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης .....	78
5.2 Στάδιο 2: αναγνώριση των οντοτήτων που θέτουν τους κανόνες της δράσης..	79
5.3 Στάδιο 3: αναγνώριση των ζητημάτων/παραμέτρων της δράσης.....	80
5.4 Στάδιο 4: αποδελτίωση των συνεντεύξεων, ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της δράσης.....	81
5.5 Στάδιο 5: ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παραμέτρο .....	82
5.6 Στάδιο 6: ανάπτυξη εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παραμέτρο.....	84
5.7 Στάδιο 7: παρουσίαση του συνολικού σπόρου της δράσης «Book4book».....	90
5.8 Στάδιο 8: οπτικοποίηση του συνολικού σπόρου της δράσης «Book4book» ...	102
6. Συμπεράσματα .....	107
6.1 Επιτυχία του μηχανισμού.....	107
6.2 Περιορισμοί και προβλήματα.....	107
6.3 Εμπλεκόμενα μέλη και εναλλακτικές επιλογές.....	108
6.4 Ο ακτιβιστικός χαρακτήρας των δράσεων.....	109
6.5 Περαιτέρω έρευνα.....	110
6.6 Ανάγκη για διεύρυνση.....	111
Βιβλιογραφία .....	113
Ιστογραφία.....	116
Παράρτημα Α: Απομαγνητοφωνήσεις συνεντεύξεων δράσης «Ένας καφές που περιμένει» .....	120
Α.1. Α. Δ. (σύμβουλος επικοινωνίας περιοδικού «Σχεδία»).....	120
Α.2. Χ. Α. (υπεύθυνος σύνταξης περιοδικού «Σχεδία»).....	128
Α.3. Χ. Αν. (υπεύθυνος καφετέριας) .....	134
Α.4. Κ. Ζ. (υπεύθυνη καφετέριας).....	140
Α.5. Γ. Γ. (υπεύθυνος καφετέριας).....	144
Παράρτημα Β: Απομαγνητοφωνήσεις συνεντεύξεων δράσης «Book4book».....	146
Β.1. Κ. Τ. (υπεύθυνος δράσης «Book4book»).....	146
Β.2. Φ. Α. (υπεύθυνος δράσης «Book4book») .....	152

## Κατάλογος πινάκων

- **Πίνακας 1:** Αποδελτίωση συνέντευξης Α. Δ., συμβούλου επικοινωνίας περιοδικού «Σχεδία» σελ.53
- **Πίνακας 2:** Αποδελτίωση συνέντευξης Χ. Α., υπεύθυνου σύνταξης περιοδικού «Σχεδία» σελ.53
- **Πίνακας 3:** Αποδελτίωση συνέντευξης Χ. Αν., υπεύθυνου καφετέριας σελ.54
- **Πίνακας 4:** Αποδελτίωση συνέντευξης Κ. Ζ., υπεύθυνης καφετέριας σελ.54
- **Πίνακας 5:** Αποδελτίωση συνέντευξης Γ. Γ., υπεύθυνου καφετέριας σελ.55
- **Πίνακας 6:** Ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Ένας καφές που περιμένει». σελ.55-56
- **Πίνακας 7:** Τελική ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Ένας καφές που περιμένει». σελ.61-62
- **Πίνακας 8:** Πιθανές εκδοχές βήματος 1 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.64
- **Πίνακας 9:** Πιθανές εκδοχές βήματος 2 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.65
- **Πίνακας 10:** Πιθανές εκδοχές βήματος 3 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.66
- **Πίνακας 11:** Πιθανές εκδοχές βήματος 4α της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.68
- **Πίνακας 12:** Πιθανές εκδοχές βήματος 4β της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.69
- **Πίνακας 13:** Πιθανές εκδοχές βήματος 5 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.70
- **Πίνακας 14:** Πιθανές εκδοχές βήματος 6 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.71-72
- **Πίνακας 15:** Πιθανές εκδοχές βήματος 7 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» σελ.72-73
- **Πίνακας 16:** Αποδελτίωση συνέντευξης Κ. Τ., υπεύθυνου

δράσης «Book4book»	σελ.81-82
- <b>Πίνακας 17:</b> Αποδελτίωση συνέντευξης Φ. Α., υπεύθυνου δράσης «Book4book»	σελ.82
- <b>Πίνακας 18:</b> Ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Book4book».	σελ.83
- <b>Πίνακας 19:</b> Τελική ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Book4book».	σελ.88-90
- <b>Πίνακας 20:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 1 της δράσης «Book4book»	σελ.92
- <b>Πίνακας 21:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 2 της δράσης «Book4book»	σελ.93
- <b>Πίνακας 22:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 3 της δράσης «Book4book»	σελ.94
- <b>Πίνακας 23:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 4 της δράσης «Book4book»	σελ.95-96
- <b>Πίνακας 24:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 5 της δράσης «Book4book»	σελ.97
- <b>Πίνακας 25:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 6 της δράσης «Book4book»	σελ.98
- <b>Πίνακας 26:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 7 της δράσης «Book4book»	σελ.99
- <b>Πίνακας 27:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 8 της δράσης «Book4book»	σελ.100
- <b>Πίνακας 28:</b> Πιθανές εκδοχές βήματος 8α της δράσης «Book4book»	σελ.101

## Κατάλογος διαγραμμάτων

- **Διάγραμμα 1:** Οπτικοποίηση βήματος 1 της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.74
- **Διάγραμμα 2:** Οπτικοποίηση βήματος 2 της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.74
- **Διάγραμμα 3:** Οπτικοποίηση βήματος 3 της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.75
- **Διάγραμμα 4:** Οπτικοποίηση βήματος 4α της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.75
- **Διάγραμμα 5:** Οπτικοποίηση βήματος 4β της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.76
- **Διάγραμμα 6:** Οπτικοποίηση βήματος 5 της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.76
- **Διάγραμμα 7:** Οπτικοποίηση βήματος 6 της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.77
- **Διάγραμμα 8:** Οπτικοποίηση βήματος 7 της δράσης  
«Ένας καφές που περιμένει» σελ.77
- **Διάγραμμα 9:** Οπτικοποίηση βήματος 1 της δράσης  
«Book4book» σελ.102
- **Διάγραμμα 10:** Οπτικοποίηση βήματος 2 της δράσης  
«Book4book» σελ.103
- **Διάγραμμα 11:** Οπτικοποίηση βήματος 3 της δράσης  
«Book4book» σελ.103
- **Διάγραμμα 12:** Οπτικοποίηση βήματος 4 της δράσης  
«Book4book» σελ.104
- **Διάγραμμα 13:** Οπτικοποίηση βήματος 5 της δράσης  
«Book4book» σελ.104
- **Διάγραμμα 14:** Οπτικοποίηση βήματος 6 της δράσης  
«Book4book» σελ.105
- **Διάγραμμα 15:** Οπτικοποίηση βήματος 7 της δράσης  
«Book4book» σελ.105
- **Διάγραμμα 16:** Οπτικοποίηση βήματος 8 της δράσης  
«Book4book» σελ.106



- **Διάγραμμα 17:** Οπτικοποίηση βήματος 8α της δράσης «Book4book»

σελ.106

## 1. Εισαγωγή

Η ιδέα για τη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία γεννήθηκε βασιζόμενη σε δύο δεδομένα, που σχετίζονται με δύο καταστάσεις της παρούσας χρονικής περιόδου, δηλαδή: α) στην ανάπτυξη του web 2.0 και την ταχύτατη ανάπτυξη των συλλογικών μέσων (social media), και β) στην οικονομική (και κατ' επέκταση κοινωνική) κρίση που πλήττει την Ελλάδα. Από τη μία, υπάρχει το επιστημονικό ενδιαφέρον, που πηγάζει και από τα θέματα που εξετάστηκαν στο πλαίσιο της κατεύθυνσης του ΠΜΣ «Ψηφιακά Μέσα Επικοινωνίας και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης», από την άλλη, το στοιχείο της κοινωνικής ωφελιμότητας, δηλαδή τη σύνδεση της έρευνας με την κοινωνική πραγματικότητα, προς όφελος της κοινωνίας.

Έμπνευση για την εργασία στάθηκε η πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0» (<http://organosi20.gr>), που έχει αναπτυχθεί από τη διδακτορική φοιτήτρια, κυρία Ελένη Ρεβέκκα Στάιου, μέλος της ερευνητικής ομάδας Ψηφιακά Μέσα για Συμμετοχή, του Εργαστηρίου Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ, του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, με συντονισμό του Επίκουρου Καθηγητή κ. Δημήτρη Γκούσκου, συντονιστή της ερευνητικής ομάδας Ψηφιακά Μέσα για Συμμετοχή, και υπό την επιστημονική ευθύνη του Καθηγητή Μιχάλη Μειμάρη, Διευθυντή του Εργαστηρίου Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ. Στόχος της πλατφόρμας, όπως σημειώνεται στην ενότητα «Περιγραφή Δράσης» της σελίδας, είναι:

*«να συγκεντρώσει πληροφορίες για όσο το δυνατόν περισσότερες κινήσεις αυτοοργάνωσης πολιτών σε έναν ιστοχώρο προσβάσιμο από όλους, δίνοντας έτσι την ευκαιρία για επιπλέον ενημέρωση, συνεργασία, επικοινωνία αλλά και νέες ιδέες αλληλεγγύης και υποστήριξης»* (Πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0», [http://organosi20.gr/?page\\_id=10](http://organosi20.gr/?page_id=10)).

Η συγκεκριμένη πλατφόρμα, στη σύλληψη και την υλοποίησή της, εμπεριέχει τα δύο δεδομένα, με τα οποία ξεκίνησε να γεννιέται η ιδέα της παρούσας εργασίας. Αφενός αποτελεί ένα συλλογικό μέσο, μια πλατφόρμα όπου δίνεται η δυνατότητα σε δράσεις να επικοινωνηθούν και να επικοινωνήσουν, αφετέρου ασχολείται με ένα κοινωνικό ζήτημα, το οποίο εν μέσω κρίσης αναπτύσσεται. Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, κάνουν την εμφάνισή τους αυτοοργανωμένα κινήματα και δράσεις, προκειμένου

οργανώσεις ή πολίτες να πάρουν στα χέρια τους μια κατάσταση και να επιλύσουν ορισμένα ζητήματα που προκύπτουν, και που το επίσημο κράτος δεν έχει τη δυνατότητα να επιλύσει. Η πλατφόρμα επιδιώκει να συγκεντρώσει τις δράσεις όλων αυτών των φορέων (οργανώσεων ή πολιτών), αλλά παράλληλα δίνει τη δυνατότητα να συγκεντρωθούν νέες ιδέες, τις οποίες χαρακτηρίζει «σπόρους νέων ιδεών» (Πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0»).

Με αφετηρία αυτή την ιδέα, προτάθηκε από τον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας διπλωματικής εργασίας το εξής ζητούμενο: πώς μπορούν οι ιδέες που συγκεντρώνονται στο web 2.0, και που αξιοποιούνται από ένα φορέα, να διευρύνουν το επίπεδο και το αντικείμενο δράσης τους, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα αξιοποίησης της δράσης σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, και από περισσότερους φορείς. Δηλαδή, πώς μπορεί, με την κατάλληλη επεξεργασία, να δημιουργηθεί ένας σπόρος μιας ιδέας, ο οποίος να μπορεί στη συνέχεια να αξιοποιηθεί και να «καρπίσει», σε ένα νέο επίπεδο. Έτσι, στόχος της έρευνας είναι η δημιουργία ενός μηχανισμού δημιουργίας σπόρων ιδεών, ο οποίος να μπορεί να αξιοποιηθεί μετέπειτα, προκειμένου να διερευνηθούν οι δράσεις, που συγκεντρώνονται στο πλαίσιο του web 2.0 και που αξιοποιούνται σε περιορισμένο επίπεδο, ούτως ώστε να μπορεί οποιοσδήποτε ενδιαφερόμενος να τις αξιοποιήσει.

Ως αντικείμενο έρευνας επελέγησαν δύο δράσεις αυτοοργάνωσης, η δράση «Ένας καφές που περιμένει», η οποία πραγματεύεται το κέρασμα ενός καφέ σε ένα δίκτυο καφετεριών, και η δράση «Book4book», που πραγματεύεται την ανταλλαγή βιβλίων μέσω μιας διαδικτυακής πλατφόρμας. Βασίζομενη σε συνεντεύξεις με τα άτομα που διαμορφώνουν τη δράση, η έρευνα θα επιχειρήσει να αποδομήσει τις δράσεις με ένα συγκεκριμένο μηχανισμό, ούτως ώστε να καταλήξει στους ουσιώδεις «σπόρους» των δράσεων, οι οποίοι μπορούν να τεθούν υπό διαβούλευση και να υλοποιηθούν από κάθε ενδιαφερόμενο.

Στη συνέχεια, στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας, παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας, με αναφορές στο web 2.0, τα συλλογικά μέσα, την οργάνωση και τη συμμετοχή, καθώς επίσης και στα ζητήματα της αυτοοργάνωσης, της ενεργούς συμμετοχής και της κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται εκτενέστερα το επιστημονικό πλαίσιο της έρευνας, ενώ στο τέταρτο κεφάλαιο ακολουθεί η παρουσίαση και η ανάλυση των δεδομένων της έρευνας,

σύμφωνα με τη μεθοδολογία εργασίας που προτάθηκε από τον επιβλέποντα καθηγητή και διαμορφώθηκε σε επιμέρους θέματα, στο πλαίσιο της έρευνας, με βάση τα αποτελέσματα που παρήχθησαν από τον υποφαινόμενο ερευνητή κατά την πιλοτική εφαρμογή της. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται αναφορά στα συμπεράσματα που εξάγονται από την έρευνα, καθώς επίσης και στην επέκταση και ανάπτυξη του μηχανισμού της έρευνας.

## 2. Θεωρητικό πλαίσιο

### 2.1. Web 2.0: από την «παθητική κουλτούρα» στην ενεργό δράση

Η τεχνολογία της πληροφορίας και της επικοινωνίας, με το πέρασμα στην εποχή του Web 2.0, επιτρέπει τη μαζική διάδραση, γεγονός που επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο αναζητούμε και παρέχουμε πληροφορία (Starbird και Palen, 2011). Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 και την ανάδυση του διαδικτύου, είναι ανοιχτός ο διάλογος σχετικά με τα δημοκρατικά στοιχεία του διαδικτύου, καθώς επιτρέπει την αλληλόδραση, αντί της μονόδρομης επικοινωνίας των παραδοσιακών μέσων. Σταδιακά περάσαμε από το «μινιμαλιστικό μοντέλο της δημοκρατικής συμμετοχής» (Carpentier, 2011, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013), όπου η συμμετοχή των πολιτών περιορίζεται στη διαδικασία επιλογής των αντιπροσώπων τους, στο «μαξιμαλιστικό μοντέλο της δημοκρατικής συμμετοχής», που αντιλαμβάνεται γενικά την καθημερινή ζωή ως χώρο πιθανής δημοκρατικής συμμετοχής και απορρίπτει την απομόνωση της δράσης των πολιτών από καθημερινές δραστηριότητες, όπως η κατανάλωση, η ψυχαγωγία και η ποπ κουλτούρα (Burgess et al., 2006, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013).

Ένα από τα βασικά κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά του Web 2.0 είναι το γεγονός ότι μέσα από τη δημοσιοποίηση της προσωπικής παραγωγής, δημιουργείται μια νέα συνάρθρωση μεταξύ ατομικισμού και αλληλεγγύης, όπου ο δημιουργός μπορεί να ανακαλύψει άλλους χρήστες, που μετουσιώνονται σε δημιουργούς, δίνοντας δυνατότητες συνεργασίας για αναδιαμόρφωση και εκ νέου παραγωγή περιεχομένου (Cardon και Cardon, 2007). Μέσα από τη δημοσιοποίηση της δουλειάς τους, οι δημιουργοί ανακαλύπτουν ευκαιρίες συνεργασίας, που μπορούν να τους οδηγήσουν στην οργάνωση συλλογικών δραστηριοτήτων. Επέρχεται μια αλλαγή, όπου από την ατομική/ιδιωτική σφαίρα περνάμε στην ομαδική/δημόσια σφαίρα, οπότε και αλλάζει η σχέση μεταξύ ατομικότητας και συλλογικότητας, καθώς η ατομικότητα περνά από την ιδιωτική σφαίρα στο δίκτυο και τη δημόσια σφαίρα (Stalder, 2013). Η έννοια του χρήστη και του δημιουργού αρχίζει να ταυτίζεται, κάτι που οδηγεί σε μια αλλαγή στους στόχους του χρήστη, που από το προσωπικό ενδιαφέρον περνά στο συλλογικό συμφέρον, και από την κατανάλωση περιεχομένου περνά στη συμμετοχή στο σχολιασμό και στη συνδιαμόρφωση του περιεχομένου (Cardon και Cardon, 2007).

Αναδύεται, έτσι, η συμμετοχική κουλτούρα (Jenkins, 2006, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013) που αλλάζει τα όρια μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης, καθώς και τη στάση του κοινού προς το περιεχόμενο, όπου το δικτυωμένο κοινό δημιουργεί και διαμοιράζει τη δική του κουλτούρα των μέσων (Gauntlett, 2011, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013). Αυτή η δικτυωμένη δημιουργικότητα μετασχηματίζει τις σχέσεις των πολιτών, όχι μόνο με τις βιομηχανίες πολιτισμού και τα προϊόντα τους, αλλά και με την πολιτική, την εκπαίδευση και την αγορά (Bennett, 2008, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013), και ξεκινώντας από τη βάση, μπορεί να ιδωθεί ως μια ενεργή, αλλά όχι απαραίτητα συνειδητή, αντίσταση στην «παθητική κουλτούρα» των ΜΜΕ, κάτι που εμπεριέχει μεγάλη πολιτική σημασία (Gauntlett, 2011, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013).

Αυτή την πολιτική σημασία της ρητορείας και της «παθητικής κουλτούρας» των ΜΜΕ αναδεικνύει και ο Christopher Lasch (2006), αναφερόμενος σε περιπτώσεις κρίσεων και καταστροφών. Αναφέρεται σε μια «προπαγάνδα της καταστροφής» και μια «ρητορεία της κρίσης και της επιβίωσης» από τα παραδοσιακά ΜΜΕ, που μπαίνει στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων, και περισπώντας την προσοχή των ανθρώπων, με τις επαναλαμβανόμενες αναφορές σε κρίσεις, προκαλεί στους ανθρώπους αδιαφορία για την όποια κρίση. Έτσι, αποδυναμώνεται η έννοια της όποιας κρίσης και η κρίση παραμένει άλυτη. Παράλληλα, παραγκωνίζονται τα δημόσια ζητήματα, εστιάζοντας σε προβλέψιμες κρίσεις της καθημερινής ζωής, στην οποία οι ατομικές πράξεις φαίνονται να επηρεάζουν, έστω και ελάχιστα, την εξέλιξη των πραγμάτων. Η καθημερινή ζωή παρουσιάζεται σαν μια διαδοχή κρίσεων, όπου οι άνθρωποι εστιάζουν στις δικές τους, διαχειρίσιμες κρίσεις, καθώς έχουν την αίσθηση ότι η ελπίδα αποτροπής της δημόσιας συμφοράς είναι απόμακρη.

Με δεδομένη την παγκόσμια οικονομική κρίση, που πλήττει και την Ελλάδα από το 2009, και τη ρητορεία των ΜΜΕ σχετικά με την κρίση, η αντίδραση των πολιτών σε αυτή τη δεδομένη κατάσταση ενορχηστρώνει την ενεργή συμμετοχή, τόσο μέσω Web 2.0, όσο και δια ζώσης, με τη συμμετοχή σε δράσεις σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη. Είναι η ανάγκη για επιβίωση, που όπως περιγράφει ο Des Pres (Lasch, 2006) μια κάποια ελάχιστη μέριμνα, ένα κάποιο περιθώριο δούναι και λαβείν, είναι ουσιώδη για τη ζωή σε ακραίες συνθήκες, καθώς επίσης θεωρεί σημαντικό το «να

κρατήσουμε άθικτες την ηθική αίσθηση και την αξιοπρέπειά μας», διότι «η επιβίωση βασίζεται στο να μείνεις άνθρωπος».

## 2.2. Συλλογικά μέσα: το πεδίο συμμετοχής και δράσης στο Web 2.0

Αντί να βλέπει το διαδίκτυο ως ένα κανάλι μετάδοσης, που φέρνει κοινό σε μια ιστοσελίδα, το Web 2.0 προσκαλεί τους χρήστες στο παιχνίδι (Gauntlett, 2012). Στον πυρήνα του Web 2.0 βρίσκεται η ιδέα ότι οι ιστοσελίδες και οι υπηρεσίες γίνονται πιο ισχυρές, όσο περισσότερο αγκαλιάζουν αυτό το δίκτυο των δυνητικών συνεργατών. Έτσι, το Web 2.0 σχετίζεται με την αξιοποίηση των συλλογικών δυνατοτήτων των μελών ενός διαδικτυακού δικτύου, για τη δημιουργία ενός εξαιρετικά δυνατού πόρου ή υπηρεσίας.

Αυτή η δυναμική του Web 2.0 αποτελεί αντικείμενο εκμετάλλευσης από μων, ομάδων ή επιχειρήσεων. Ο σημερινός κόσμος του Web 2.0 προσφέρει στους χρήστες μια ισότιμη πλατφόρμα, όπου μπορούν να μοιράζονται δημιουργικά κατασκευάσματα, όπως βίντεο, εικόνες ή κείμενα, που οι ίδιοι δημιουργούν, ώστε να εκφράσουν τα συναισθήματά τους ή τις ιδέες τους (Gauntlett, 2012). Έχει παρέλθει η εποχή όπου η αυτό-έκφραση και η δημιουργία ήταν κάτι ιδιωτικό ή δύσκολο (Li και Bernoff, 2011), καθώς η παραγωγή του περιεχομένου, αλλά και η διανομή του, δε χρειάζεται μεγάλη σπατάλη χρόνου (Gauntlett, 2012). Παράλληλα, οργανώσεις και επιχειρήσεις αξιοποιούν τις δυνατότητες του Web 2.0, προκειμένου να προσκαλέσουν τον κόσμο και να δημιουργήσουν κοινωνικές επαφές (Gauntlett, 2012), αλληλεπιδρώντας μαζί τους με έναν τρόπο παρόμοιο με το πώς αλληλεπιδρούν με τους φίλους ή την οικογένειά τους (Vaynerchuk, 2011).

Μιλώντας για εφαρμογές του Web 2.0, μιλάμε ουσιαστικά για πλατφόρμες, δηλαδή για μια σκηνή, για ένα περιβάλλον, που προσφέρεται για δημιουργική δράση, και που δεν περιορίζεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα ή ύφος του υλικού, αλλά που ενθαρρύνει τους χρήστες να εκφράζουν τη δημιουργικότητά τους με όποιον τρόπο επιθυμούν, σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο και ένα γενικό είδος περιεχομένου (Gauntlett, 2012). Πλατφόρμες του Web 2.0 είναι τα συλλογικά μέσα (social media), με χαρακτηριστικότερα παραδείγματα το Facebook, το Twitter, και το YouTube, λόγω

του μεγάλου αριθμού χρηστών που τα αξιοποιούν σε καθημερινή βάση. Η ύπαρξη και η αξία των συλλογικών μέσων βασίζεται στο γεγονός ότι οι άνθρωποι τα χρησιμοποιούν και συνεισφέρουν σε αυτά, οπότε όσο περισσότεροι συνεισφέρουν σε αυτά, τόσο μεγαλύτερη και η αξία του δικτύου, που συντηρείται και επιβιώνει (Gauntlett, 2012). Παράλληλα, οι τεχνολογίες των συλλογικών μέσων δοκιμάζονται από τους χρήστες, καθώς οι μάζες των ανθρώπων που συνδέονται με τα συλλογικά μέσα, μέσα από τη χρήση αυτών συμβάλλουν στην προτυποποίηση των συλλογικών μέσων, στην απόρριψη ή την συνολική υιοθέτησή τους, ειδικά σε μια εποχή όπου υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός και κάνουν την εμφάνισή τους πολλοί διαδικτυακοί επιχειρηματίες (Li και Bernoff, 2011). Αυτό έχει ως συνέπεια να εξελίσσονται ραγδαία και οι τρόποι με τους οποίους αλληλεπιδρούν οι άνθρωποι.

Το «γιατί» συμμετέχουν και συνεισφέρουν στα συλλογικά μέσα άτομα, οργανισμοί ή επιχειρήσεις εξηγεί ο David Gauntlett (2012), τονίζοντας ότι το χαμηλό ποσοστό προσπάθειας, σε συνδυασμό με τις κοινωνικές απολαβές και τις διασυνδέσεις, δίνουν μεγάλη αξία στην αξιοποίηση των συλλογικών μέσων. Με τη χρήση συλλογικών μέσων, όπως το Facebook, με απλή και στιγμιαία εισαγωγή δεδομένων (όπως η ανανέωση της κατάστασης του χρήστη, το ανέβασμα ενός συνδέσμου ή μιας φωτογραφίας), οδηγείται ο χρήστης στο να γίνει μέρος ενός ενεργού κοινωνικού δικτύου, όπου μέσα από μια διαδικασία αποστολής και λήψης σχολίων, καταλήγει στο να αισθάνεται μια αμοιβαία συνένωση και ότι ανήκει σε μια κοινότητα.

Κατ' επέκταση, οι χρήστες θέλουν να δείξουν σημάδια της ύπαρξής τους και των ιδεών τους, και θέλουν να τραβήξουν την προσοχή των υπολοίπων (Gauntlett, 2012). Μέσα από αυτό το παιχνίδι της προσοχής και της συμμετοχής, οι χρήστες μπορούν να συνεργαστούν για οποιονδήποτε σκοπό. Υπάρχουν ερεθίσματα και ευκαιρίες ώστε να χτιστούν συνεργατικά στο διαδίκτυο δημιουργικές ιδέες, καθώς ο καθένας έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει τις ιδέες του και τα έργα του με άλλους, να επικοινωνήσει τις ανάγκες του και τις ανησυχίες του, τις οποίες μπορεί οι άλλοι χρήστες να μην είχαν σκεφτεί, και μέσα από μια διαδικασία σχολιασμού και αλληλεπίδρασης, να δημιουργηθούν νέες ιδέες (Gauntlett, 2012). Εξάλλου, οι άνθρωποι ενθουσιάζονται όταν έχουν την αίσθηση ότι διαδικτυακά παίρνουν στα χέρια τους ορισμένα ζητήματα, επειδή αισθάνονται ότι ενθαρρύνονται και υποστηρίζονται στο να το κάνουν. Με αυτή τη λογική, τα συλλογικά μέσα κάνουν το διαδίκτυο ένα ανοιχτό



πεδίο παιχνιδιού, με πολλές πίστες, όπου οποιοδήποτε όριο για το πόσο μακριά θέλει κανείς να διαδώσει το μήνυμά του, και γενικότερα να συμμετέχει και να αλληλεπιδρά, είναι αυτοεπιβαλλόμενο από τον ίδιο το χρήστη (Vaynerchuk, 2011).

Στον τρόπο με τον οποίο βοηθούν τα συλλογικά μέσα, και το διαδίκτυο γενικότερα, στη συμμετοχή των ατόμων, τόσο στο διαδίκτυο, όσο και εκτός διαδικτύου, αναφέρεται και ο Dougald Hine (Gauntlett, 2012). Το διαδίκτυο, με τη βοήθεια των συλλογικών μέσων, δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους να κάνουν περισσότερο καινοτόμες και διασυνδεδεμένες δραστηριότητες, διαδικτυακά αλλά και εκτός διαδικτύου. Η οργάνωση δραστηριοτήτων ήταν εφικτή και πριν την εποχή του διαδικτύου, αλλά ήταν μια πολύ δύσκολη υπόθεση σε επίπεδο οργάνωσης, καθώς επίσης από τις δραστηριότητες αυτές έλκονταν κυρίως εξωστρεφείς και δραστήριοι χαρακτήρες, παραγκωνίζοντας περισσότερο εσωστρεφή άτομα. Με την έλευση του Web 2.0 και των συλλογικών μέσων, δίνεται η δυνατότητα ακόμα και σε εσωστρεφή άτομα να έρθουν σε επαφή με τέτοιες δραστηριότητες, ομάδες και συναντήσεις, αναπτύσσοντας μια αίσθηση άνεσης και οικειότητας, ξεπερνώντας τα συναισθηματικά και ψυχολογικά εμπόδια. Η αμηχανία και η αρχική συστολή κάμπτονται, από τη στιγμή που έχει υπάρξει η αρχική επαφή διαδικτυακά, και τα άτομα έχουν αναπτύξει μια βασική σχέση, οπότε και τα εσωστρεφή άτομα έχουν τη δυνατότητα να γίνουν περισσότερο εξωστρεφή και δραστήρια, συμμετέχοντας και συμβάλλοντας σε δραστηριότητες ή σε εγχειρήματα, είτε διαδικτυακά, είτε εκτός διαδικτύου. Εξάλλου, διαδικτυακά οι άνθρωποι μπορούν να αλλάξουν ευκολότερα συμπεριφορά, συγκριτικά με τους ανθρώπους εκτός διαδικτύου, ειδικότερα αν δουν κάτι που θεωρούν καλύτερο, καθώς έρχονται σε μεγαλύτερη επαφή με πολλά και διαφορετικά ζητήματα και καταστάσεις (Li και Bernoff, 2011).

Σημασία στα συλλογικά μέσα έχουν οι σχέσεις που διαμορφώνονται (Li και Bernoff, 2011, Vaynerchuk, 2011), που διαμορφώνονται με τη λογική του «μιλώντας και ακούγοντας», όπως στην πραγματικότητα δημιουργούν οι άνθρωποι τις σχέσεις τους (Vaynerchuk, 2011). Τα «Likes», τα «Views» και τα «Shares» δημιουργούν σταδιακά ένα δίκτυο ανθρώπων που όχι απλώς διαμοιράζεται περιεχόμενο, αλλά διαντιδρά με αυτό. Ο τρόπος που συνδέονται μεταξύ τους οι άνθρωποι και η κοινότητα που δημιουργείται, καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο η δύναμη μεταβάλλεται (Li και Bernoff, 2011). Η ανάπτυξη των σχέσεων εμπιστοσύνης και οι συνδέσεις που

διαμορφώνονται στα συλλογικά μέσα, αποτελούν δύο διακριτικές, αλλά γρήγορα αναπτυσσόμενες δυνάμεις της οικονομίας (Vaynerchuk, 2011), που μπορούν να έχουν και κοινωνικές προεκτάσεις, καθώς τα συλλογικά μέσα μεταμόρφωσαν τον κόσμο σε μια μικρή πόλη, όπου όπως και στις μικρές πόλεις, έτσι και στα συλλογικά μέσα κυριαρχούν η δύναμη των σχέσεων, η αξία της φροντίδας και η δύναμη του «από στόμα σε στόμα» (Vaynerchuk, 2011).

### 2.3. Web 2.0 και αλληλεγγύη

Σε αυτό το πλαίσιο, αναδιαμορφώνεται και η έννοια της αλληλεγγύης (Stalder, 2013). Με την παραδοχή ότι η κοινωνία είναι κατακερματισμένη, ο Fenton (2008) θεωρεί την αλληλεγγύη ως στοιχείο ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία μιας βιώσιμης πολιτικής κοινότητας, τονίζοντας το γεγονός ότι το διαδίκτυο μπορεί να παρέχει τα μέσα για μια παγκόσμια αλληλεγγύη. Έτσι, το διαδίκτυο μπορεί να αξιοποιηθεί για ακτιβιστική δράση, προκειμένου να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση των πολιτών, να δοθεί βήμα σε όσους δεν έχουν, να επιτραπεί σε διάφορα άτομα να οργανωθούν και να οργανώσουν συμμαχίες, και μέσα από την κοινωνική ενδυνάμωση που συντελείται, να αποτελέσει, τελικά, το διαδίκτυο ένα βασικό εργαλείο κοινωνικής αλλαγής.

Εμφανίζονται, σταδιακά, νέα κινήματα χωρίς ιεραρχία, με ανοιχτή επικοινωνία, με αυτό-παραγόμενες πληροφορίες και ταυτότητες, αποκεντρωμένα και αντιγραφειοκρατικά (Salter, 2003, όπως παραθέτει ο Fenton, 2008). Παράλληλα, οι χρήστες αναλαμβάνουν το ρόλο του «ψηφιακού εθελοντή» (Starbird και Palen, 2011), στο πλαίσιο της έννοιας του πληθοπορισμού, καθώς τα συλλογικά μέσα δίνουν τη δυνατότητα σε περισσότερους ανθρώπους να βοηθούν εξ αποστάσεως, με τρόπους που μέχρι πρότινος δεν ήταν δυνατοί (Palen και Liu, 2007, όπως παραθέτουν οι Starbird και Palen, 2011). Δεν υπάρχουν «ηγέτες» των κινήματων, με τη συμβατική έννοια, αλλά μπορεί να υπάρχουν άτομα, που προσομοιάζουν στο χαρακτήρα των γηραιότερων ατόμων, δηλαδή σε άτομα μεγάλης ηλικίας που τα λεγόμενά τους συμπυκνώνουν και συγκρατούν τις σημαντικές ιδέες του κάθε κινήματος (McKibben, 2013). Πλέον οι δημιουργικές ιδέες μπορούν να φυτρώσουν και να εξαπλωθούν οπουδήποτε στον κόσμο και με εκπληκτική ταχύτητα (McKibben, 2013), αλλάζοντας

έτσι την κλίμακα δράσης των κινημάτων, που αναπτύσσεται ταχύτερα σε μεγάλο γεωγραφικό εύρος (Juris, 2012).

Η συμμετοχή στα νέα αυτά κοινωνικά κινήματα συνδέεται, μεταξύ άλλων, και με την έλλειψη εμπιστοσύνης στην άσκηση πολιτικής από τα παραδοσιακά κόμματα (Della Porta, 2005, όπως παραθέτει ο Fenton, 2008), καθώς πλέον δεν αντιλαμβανόμαστε τη συμμετοχική δημοκρατία αποκλειστικά μέσω των πολιτικών κομμάτων. Το διαδίκτυο αλλάζει την άσκηση της δημοκρατίας, με τα συμμετοχικά και διαδραστικά χαρακτηριστικά του, γιατί επιτρέπει στους πολίτες να γίνουν παραγωγοί, να συμμετέχουν ενεργά στην κοινωνική παραγωγή και, κατά συνέπεια, να αλλάξουν τη σχέση τους με τη δημόσια σφαίρα (Benkler, 2006, όπως παραθέτει ο Fenton, 2008). Κομβικό σημείο σε αυτή την έλλειψη εμπιστοσύνης και στην ενεργό συμμετοχή των χρηστών στα νέα κοινωνικά κινήματα είναι η πρόσφατη οικονομική κρίση. Ένας δείκτης της τάσης ευαισθητοποίησης και ενεργούς συμμετοχής των ανθρώπων είναι και ο δείκτης της παγκόσμιας προσφοράς, ο οποίος καταγράφει ότι παρά τη συρρίκνωση της παγκόσμιας οικονομίας το 2012, παρατηρείται μια αύξηση στην προσφορά (με την έννοια της χρηματικής προσφοράς, της εθελοντικής συμμετοχής ή της βοήθειας σε έναν άγνωστο), συγκριτικά με το 2011 (Charities Aid Foundation, 2013). Εξάλλου, σύμφωνα και με την κοινωνιολογία της καταστροφής, σε περιπτώσεις κρίσης οι άνθρωποι έχουν την τάση να βοηθούν (Dynes, 1970, Fischer, 1998, Tierney et al., 2001, όπως παραθέτουν οι Starbird και Palen, 2011), προσπαθώντας ακόμα και να φτάσουν στην περιοχή που πλήττεται από κάθε μορφής κρίση, για συνεισφορά ή για παρατήρηση (Fritz και Mathewson, 1957, Kendra και Machtendorf, 2003, όπως παραθέτουν οι Starbird και Palen, 2011).

Είναι σημαντική η αξιοποίηση του διαδικτύου από τα κινήματα, για τα ίδια τα κινήματα. Τα συλλογικά μέσα θεωρούνται πόροι, δηλαδή μηχανισμοί που βοηθούν για να ενισχυθούν οι δραστηριότητες, οι κοινές δράσεις ατόμων και κοινωνικών ενοτήτων (Kreps και Bosworth, 1994, όπως παραθέτουν οι Starbird και Palen, 2011). Ως βοήθεια, οι πόροι ενισχύουν τις κοινές δράσεις και δίνουν τη δυνατότητα σε οργανώσεις να συνεργαστούν σε ένα κοινό πλαίσιο δράσης. Έπειτα, η συμμετοχή ενός ανθρώπου, οι ιδέες που έχει προσφέρει ή το περιεχόμενο που έχει δημιουργήσει μπορούν να αξιοποιηθούν από τους επόμενους χρήστες/συμμετέχοντες για τη συντήρηση του κάθε κινήματος. Αν κάποιος ολοκληρώσει το έργο του, δε σημαίνει

ότι είναι υποχρεωμένος να συνεχίσει να δραστηριοποιείται (McKibben, 2013). Με το να δημοσιεύεται η δράση του στο διαδίκτυο, μπορεί οι υπόλοιποι συμμετέχοντες να αξιοποιήσουν το έργο του, συνεχίζοντας το έργο του και τη δράση του κινήματος. Επιπλέον, επειδή η κάθε γεωγραφική περιοχή μπορεί να επηρεάσει και να ενισχύσει διαφορετικά τις ιδέες ενός κινήματος (Juris, 2012), δίνεται η δυνατότητα σε ένα κίνημα να διατηρήσει τη δράση του σε μεγαλύτερο εύρος, αφού η δράση του αλλάζει και προσαρμόζεται στις τοπικές ανάγκες.

#### 2.4. Από τον ενεργό πολίτη στον ακτιβιστή πολίτη

Ένα κομμάτι του επιστημονικού διαλόγου σχετικά με τα διαδικτυακά κινήματα εστιάζει στην πιθανή αλλαγή της έννοιας του πολίτη. Η έννοια του πολίτη συνδέεται συχνά με έννοιες, όπως η δέσμευση, η συμμετοχή και η ένταξη, καθώς και με ένα σύστημα κανόνων και αξιών, που είναι χρήσιμο για την άσκηση του δικαιώματος του πολίτη, και, κατά συνέπεια, της δημοκρατίας (Bellamy, 2008, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013). Αποτελεί, δηλαδή, ένα σύνολο θεσμών, πρακτικών και ταυτοτήτων, που συνδέονται με τις προσδοκίες των ανθρώπων για δημοκρατία (Bosniac, 2006, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013). Η έννοια του πολίτη θεσπίζεται, τίθεται υπό διαπραγμάτευση και εφαρμόζεται σε διάφορες περιστάσεις, μεταξύ των οποίων στην κοινωνία των πολιτών και στον εναλλακτικό ακτιβισμό (Dahlgren, 2009, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013).

Σήμερα, και με την ανάπτυξη των διαδικτυακών κοινοτήτων, η έννοια της κοινότητας δε μπορεί να περιορίζεται αυστηρά σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία, οπότε η έννοια του πολίτη μπορεί να θεσπιστεί και να ασκηθεί χωρίς χωρικούς περιορισμούς (Svensson, 2011, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013). Έτσι, η έννοια του πολίτη μετασχηματίζεται και ενισχύεται, οπότε και μπορούμε να μιλάμε για έναν μετα-εθνικό, διακρατικό, παγκόσμιο πολίτη ή κοσμοπολίτη (Isin, 2009). Με τα νέα κοινωνικά κινήματα, την ταυτότητα του πολίτη μπορούν να τη διεκδικήσουν και να την αποκτήσουν ακόμα και άτομα που γεωγραφικά δεν έχουν την επίσημη ιδιότητα του πολίτη, καθώς μπορεί να μην είναι επίσημα αναγνωρισμένα άτομα από το κράτος, στο οποίο κατοικούν, όπως, για παράδειγμα, οι παράνομοι μετανάστες (Para and Milioni, 2013).

Παράλληλα, αλλάζουν και οι υποχρεώσεις του πολίτη, καθώς δεν περιορίζονται στην ψηφοφορία, την κοινωνική ασφάλιση, τις στρατιωτικές υποχρεώσεις (Isin, 2009), ή τη φορολόγηση, αλλά αρχίζει να γίνεται μια διάκριση μεταξύ επίσημων, όπως αυτές που προαναφέρθηκαν, υποχρεώσεων, και ανεπίσημων υποχρεώσεων (Svensson, 2011, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013), οι οποίες ενισχύονται, από την απλή πολιτική συμμετοχή και τη βοήθεια σε κοινωνικές ομάδες, προς την εθελοντική δράση και τη συμμετοχή στα νέα κοινωνικά κινήματα. Αλλάζει, πλέον, και η αίσθηση που έχουν οι πολίτες για την ιδιότητά τους, καθώς βρίσκουν περισσότερο ευχαρίστηση και αισθάνονται ότι ασκούν εντονότερη πολιτική επιρροή, όταν συμμετέχουν σε νέα κοινωνικά κινήματα, αντί της απλής συμμετοχής ως μέλος σε κόμματα με αυστηρή ιεραρχική δομή (Cammaerts and Van Audenhove, 2005, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013).

Όπως ο Isin (2009) ισχυρίζεται, υπάρχει μια διάκριση, μεταξύ της έννοιας του «ενεργού πολίτη» (active citizenship) και της έννοιας του «ακτιβιστή πολίτη» (activist citizenship). Η έννοια του ενεργού πολίτη έχει οριστεί, ήδη από τις αρχές της Γαλλικής Επανάστασης, ως ένα νομικό υποκείμενο, με μοναδική πίστη, ταυτότητα και ανεπτυγμένο το αίσθημα του ανήκειν, όπου οι πράξεις/δράσεις του αποτελούν μια ρουτίνα από ήδη θεσπισμένες κοινωνικές δράσεις. Αντίθετα, η έννοια του ακτιβιστή πολίτη σχετίζεται με άτομα που ορίζουν εαυτόν ως αυτούς που έχουν το «δικαίωμα να διεκδικούν δικαιώματα», όπου οι πράξεις τους σπάνε τη ρουτίνα, οι δράσεις τους κάνουν τη διαφορά και δε στηρίζονται απαραίτητα στο νόμο και στο αίσθημα ευθύνης, αλλά αμφισβητούν τους θεσπισμένους νόμους, και ενδεχομένως τους παραβιάζουν.

Σε μια περίοδο, όπου οι κοινωνικές υπηρεσίες παρακμάζουν, η ανεργία αυξάνεται και μεγαλώνει η απόσταση μεταξύ των κοινωνικών τάξεων, η ενόχληση των πολιτών και η δυσπιστία για οτιδήποτε θεσμοθετημένο, τους οδηγεί στη συμμετοχή σε αυτά τα νέα κοινωνικά κινήματα, και άρα στην έντονη αμφισβήτηση του επίσημου κράτους (Feixa, et al, 2009, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013). Αντιδρούν στις παραδοσιακές πολιτικές ιδεολογίες και απαιτούν «άμεση δημοκρατία». Οπότε, από την έννοια του ενεργού πολίτη, που απλά δραστηριοποιείται και συμμετέχει στα «κοινά», περνάμε στον ακτιβιστή πολίτη, που αμφισβητώντας τα θεσμοθετημένα «κοινά», επιχειρεί την αλλαγή της κατάστασης και διεκδικεί εκ νέου δικαιώματα.

## 2.5. Web 2.0 και ανάπτυξη του ομότιμου κινήματος

Με την ανάπτυξη των τεχνολογιών του διαδικτύου και το πέρασμα στην εποχή του web 2.0, αναδύθηκε σταδιακά το ομότιμο κίνημα (peer to peer – P2P). Ο Bauwens (2005) χαρακτηρίζει το ομότιμο κίνημα ως μια μορφή ανθρώπινης οργάνωσης, που βασίζεται σε ένα δίκτυο, και που στηρίζεται στην ελεύθερη συμμετοχή ισότιμων εταίρων, με στόχο την παραγωγή κοινών πόρων, χωρίς να έχουν τη χρηματική αποζημίωση ως κίνητρο για κινητοποίηση και συμμετοχή, και χωρίς να οργανώνεται σύμφωνα με ιεραρχικές μεθόδους διοίκησης και ελέγχου. Είναι ένα αποκεντρωμένο δίκτυο που αξιοποιεί τη διανεμόμενη νοημοσύνη, η οποία δε βρίσκεται σε συγκεκριμένο κέντρο, αλλά οπουδήποτε στο δίκτυο. Στο δίκτυο μπορεί να συμμετάσχει οποιοσδήποτε, και ο έλεγχος των γνώσεων και η αποδοχή των διαδικασιών καθορίζονται από τη συλλογικότητα του δικτύου. Το κίνημα σχετίζεται με την ανάπτυξη των τεχνολογιών του διαδικτύου, την ανταλλαγή αρχείων, τη συνεργατική παραγωγή ελεύθερου λογισμικού και πνευματικών/πολιτιστικών πόρων (GNU/Linux, Wikipedia) (Bauwens, 2005), και την τρισδιάστατη εκτύπωση (Kostakis, 2013), που έχουν μεγάλη αξία για την ανθρωπότητα, στο πλαίσιο της ανταλλαγής γνώσεων και της συλλογικής μάθησης που εφαρμόζεται μαζικά στο διαδίκτυο (Bauwens, 2005, 2014).

Παρόλο που σχετίζεται και προσομοιάζει με παλαιότερες κοινωνικές καταστάσεις, όπως την πρόιμη εποχή των φυλών, το ομότιμο κίνημα αναδύεται ως κάτι καινούριο και ριζικά καινοτόμο, που ανατρέπει την κυριαρχία των συγκεντρωτικών και ιεραρχικών δομών της κοινωνικής οργάνωσης, που κυριάρχησαν τις τελευταίες χιλιετίες (Bauwens, 2005). Όπως εξηγεί ο Bauwens (2005) στην «εποχή της πληροφορίας», το διαδίκτυο επιτρέπει τη δημιουργία και τη διανομή οποιουδήποτε ψηφιακού δημιουργήματος με οριακό κόστος, δημιουργώντας αφθονία πληροφορίας. Σε αυτό το πλαίσιο, συγκεντρωτικά συστήματα προσπαθούν να συγκρατήσουν τη ροή των πληροφοριών, για δικό τους όφελος, καθώς με βάση τον γνωστικό καπιταλισμό (τρίτη φάση του καπιταλισμού) οι άυλες διαδικασίες είναι πιο σημαντικές από την άυλη παραγωγή και η πληροφορία γίνεται το βασικό περιουσιακό στοιχείο. Όμως, το ομότιμο δίκτυο προσπερνά τους φραγμούς στη ροή των πληροφοριών, καθώς ο κάθε κόμβος του δικτύου επικοινωνεί με οποιονδήποτε άλλο κόμβο, ανατρέποντας την οποιαδήποτε συγκεντρωτική δομή ελέγχου της ροής της πληροφορίας. Η αφθονία των πόρων (της πληροφορίας) είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα ενός

ομότιμοι δικτύου, και αντιτίθεται στην αντίληψη περί πνευματικής ιδιοκτησίας, με τις άδειες πνευματικών δικαιωμάτων και πατεντών που θέτουν τα συγκεντρωτικά συστήματα, προκειμένου να περιορίσουν τη ροή της πληροφορίας, να δημιουργήσουν τεχνητή έλλειψη πόρων και να κερδοσκοπήσουν (Κωστάκης, 2012).

Σε ένα αποκεντρωμένο δίκτυο με ισότιμους εταίρους και χωρίς ιεραρχικές δομές, όπως το ομότιμο δίκτυο, αναδεικνύεται και η έννοια της συλλογικής νοημοσύνης (Bauwens, 2005), όπου η γνώση του συνόλου υπερβαίνει ή ξεπερνά τη γνώση του κάθε μέλους του συνόλου. Ο Bauwens (2005) περιγράφει τη συλλογική νοημοσύνη ως μια διαδικασία όπου ομάδες, για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις και να καθορίσουν τη μελλοντική τους εξέλιξη, αξιοποιούν με τέτοιο τρόπο τις γνώσεις των μελών τους, ούτως ώστε να αναδυθεί ένα νέο επίπεδο, με προστιθέμενη αξία. Ο Noubel (όπως παραθέτει ο Bauwens, 2005) ορίζει 3 βασικές περιόδους συλλογικής νοημοσύνης: α) την αυθεντική συλλογική νοημοσύνη, που εντοπίζεται μόνο σε μικρές ομάδες και σχετίζεται με την ανθρώπινη οργάνωση στην εποχή των φυλών, β) την πυραμιδική νοημοσύνη, όπου η συνεργασία βασίζεται σε ιεραρχικές δομές, και γ) τη νοημοσύνη του σμήνους, όπου «απλά άτομα» συνεργάζονται σε ένα παγκόσμιο πρότζεκτ, με τη συλλογική νοημοσύνη να αναδύεται από απλές αλληλεπιδράσεις, και χωρίς οι επιμέρους παράγοντες να έχουν επίγνωση του συνόλου. Ωστόσο, ο Noubel εκτιμά ότι πλέον έχει ξεκινήσει η τέταρτη περίοδος συλλογικής νοημοσύνης, την οποία ορίζει ως «παγκόσμια συλλογική νοημοσύνη», όπου οι αριθμητικοί και χωρικοί περιορισμοί ξεπερνιούνται, με τη δημιουργία δεσμών μέσω κυβερνοχώρου, δίνοντας τη δυνατότητα σε ομάδες να συνεργάζονται και να συντονίζονται εντός δικτύου, ανεξάρτητα από τη φυσική απόσταση που τους χωρίζει.

Όπως ο Bauwens (2005, 2014) ισχυρίζεται, το ομότιμο δίκτυο δεν σχετίζεται με την οικονομία του δώρου, αλλά μια κοινωνική κτήση μετοχών (communal shareholding), καθώς δεν ισχύει αυτό που υφίσταται ως κανόνας στην οικονομία του δώρου, όπου όταν κάποιος προσφέρει, αυτός που λαμβάνει έχει την υποχρέωση να επιστρέψει, αν όχι το δώρο, κάτι αντίστοιχης ή συγκριτικά ανάλογης αξίας με αυτό που του προσφέρθηκε. Σε ένα συμμετοχικό σύστημα, όπως το ομότιμο δίκτυο, που οργανώνεται γύρω από συλλογικές πηγές, ο καθένας μπορεί να αξιοποιήσει τις πηγές, ή να συμβάλλει για τις πηγές, ανάλογα με τις ανάγκες του ή την έφεσή του. Ειδικότερα, στην παραγωγή ανοιχτού λογισμικού, στο διαμοιρασμό αρχείων ή στις

κοινότητες ανταλλαγής γνώσεων, ο καθένας μπορεί να προσφέρει οτιδήποτε γνωρίζει και στο βαθμό που μπορεί, χωρίς υποχρέωση.

Παρά το φαινόμενο των παθητικών χρηστών, που απλά αξιοποιούν τις πηγές, χωρίς να προσφέρουν, δε δημιουργείται πρόβλημα στο ομότιμο δίκτυο, καθώς δραστηριοποιείται στη σφαίρα της αφθονίας της πληροφορίας. Δεν αντιμετωπίζεται το φαινόμενο της «τραγωδίας των κοινών», θεωρία που ανέπτυξε αρχικά ο Hardin (1968), όπου σε μια ομάδα γίνεται κατάχρηση και εξάντληση της κοινής ιδιοκτησίας, από τη στιγμή που η κοινή ιδιοκτησία ανήκει σε όλους, αλλά και σε κανέναν (δηλαδή όχι σε συγκεκριμένο πρόσωπο). Αυτό συμβαίνει στην περίπτωση των υλικών κοινών (Κωστάκης, 2012), όπου δεν υπάρχουν σε αφθονία, και ο περιορισμός και ο έλεγχος της χρήσης τους είναι αναγκαίος, για να αποφευχθεί η εξάντληση των πόρων. Σε ένα ομότιμο δίκτυο, η χρήση των πόρων δεν προκαλεί εξάντληση στη συλλογική γνώση, αλλά αντίθετα, την ενισχύει (Bauwens, 2005). Όσο περισσότερο χρησιμοποιούνται οι κοινοί πόροι, τόσο μεγαλύτερη γίνεται η αξία τους, και άρα η ωφελιμότητά τους για το κοινό (Κωστάκης, 2012).

Σχετικά με το μέλλον του ομότιμου κινήματος, ο Bauwens (2014) αναφέρει, μεταξύ άλλων: α) την ενδυνάμωση των αυτόνομων κοινοτήτων που παράγουν ομότιμα, β) την πάλη ενάντια στα συγκεντρωτικά συστήματα που περιορίζουν τη ροή πληροφορίας, γ) τη δημιουργία ανεξάρτητων υποδομών, με ανοιχτά πρότυπα και πρωτόκολλα, όχι μόνο για τις τηλεπικοινωνίες, αλλά για οποιοδήποτε τομέα παραγωγής, για δημιουργία εναλλακτικών που βασίζονται στα κοινά, δ) τη συμμαχία με κοινωνικές δυνάμεις του οικονομικού συστήματος που αποσυντίθεται, όπως αγρότες και εργάτες, καθώς επίσης και με κινήματα περιβαλλοντικής και κοινωνικής δικαιοσύνης, και ε) άσκηση πίεσης σε κράτη και δημόσιες αρχές, για αλλαγή πολιτικής, βάζοντας σε προτεραιότητα την κοινωνία των πολιτών και τις υποδομές, έναντι της εταιρικής ευημερίας.

Εξετάζοντας αυτές τις πιθανές στρατηγικές του Bauwens, είναι φανερό η προοπτική που έχει το ομότιμο κίνημα, ώστε να αξιοποιηθεί σε επίπεδο κοινωνικής αλληλεγγύης, ακτιβισμού και αυτοοργάνωσης. Η ισότητα των μελλών, η ελευθερία συμμετοχής, η ανεμπόδιστη ανταλλαγή πληροφοριών, η προστιθέμενη αξία της γνώσης του πλήθους είναι μερικές μόνο από τις παραμέτρους που μπορεί να εκμεταλλευτεί οποιοσδήποτε για να δημιουργήσει μια δράση κοινωνικής



αλληλεγγύης. Ειδικότερα για τον «ακτιβιστή πολίτη», το ομότιμο κίνημα και οι κατευθύνσεις που επιθυμεί ο Bauwens να δοθούν σε αυτό, είναι πρόσφορο έδαφος για δράση, καθώς μπορεί να ενορχηστρώσει την εναντίωση στα θεσμοθετημένα κοινά, ενώ παράλληλα του δίνει τη δυνατότητα να συσσωρεύσει τη γνώση του πλήθους και να την εκμεταλλευτεί, για τη διεκδίκηση δικαιωμάτων, αλλά και για την αξιοποίηση της αξίας της, προς όφελος όλων.

Εξάλλου, ήδη τα κοινωνικά κινήματα που αντιτίθενται στον καπιταλισμό (όπως, για παράδειγμα το Occupy Wall Street), επιδιώκουν να βρουν εναλλακτικές λύσεις για τον καπιταλισμό (Hardt και Negri, 2011, όπως παραθέτει ο Rigi, 2014), με την ομότιμη παραγωγή να παρουσιάζεται ως βιώσιμη εναλλακτική στον καπιταλισμό (Rigi, 2014). Ο Κωστάκης (2012) χαρακτηρίζει τη σφαίρα των πληροφοριακών κοινών των ομότιμων δικτύων ως μια ανανεωμένη έκφραση της κοινωνίας των πολιτών, η οποία έχει τις δυνατότητες να διαπεράσει κράτη και αγορές και να επανακαθορίσει τους όρους της οικονομίας. Παράλληλα, μιλάει για τον ομότιμο πολίτη (που μπορεί να χαρακτηριστεί και ως «ακτιβιστής πολίτης»), ο οποίος με τη συμμετοχή του στο ομότιμο δίκτυο και την παραγωγή, τη διανομή και την κατανάλωση πόρων, κατάφερε να ανατρέψει τις κυρίαρχες θεωρίες της πολιτικής οικονομίας, κάνοντας λόγο και για μια ομότιμη διακυβέρνηση, η οποία δεν αντικαθιστά τη δημοκρατία ή την ελεύθερη αγορά, αλλά με την αφθονία πόρων προσπαθεί να εξαλείψει φαινόμενα εκμετάλλευσης του περιορισμού της πληροφορίας (Κωστάκης, 2012).

## 2.6. Η έννοια της αυτοοργάνωσης στα κοινωνικά κινήματα και την κοινωνία

Τις τελευταίες δεκαετίες, η θεωρία της αυτοοργάνωσης αξιοποιείται για να περιγραφεί η πραγματικότητα ως κάτι μόνιμα μεταβαλλόμενο (Fuchs, 2006). Η θεωρία της αυτοοργάνωσης οδηγεί σε μια αλλαγή στα παραδείγματα των κοινωνικών επιστημών (Fuchs, 2003). Από την έννοια του προβλέψιμου περνάμε στην έννοια του απρόβλεπτου, από την τάξη και τη σταθερότητα, στην αστάθεια και το χάος, από τη σιγουριά και την αποφασιστικότητα, στο ρίσκο, την αμφιβολία και την αβεβαιότητα, από τη γραμμικότητα, στην περιπλοκότητα και την πολυδιάστατη αιτιότητα, και, εν τέλει, από τον έλεγχο περνάμε στην αυτοοργάνωση των συστημάτων. Όπως

παρατηρούν οι Best και Kellner (1997, όπως παραθέτει ο Fuchs, 2003) διαφαίνεται μια αλλαγή από τη νεωτερική γνώση, στη μετανεωτερική γνώση, ή όπως ο Stepin (1999, όπως παραθέτει ο Fuchs, 2003) ισχυρίζεται, μια αλλαγή από τη μη κλασική προς τη μετα-μη κλασική επιστήμη.

Η αυτοοργάνωση είναι μια διαδικασία, όπου ένα σύστημα αναπαράγει/δημιουργεί τον εαυτό του, με τη βοήθεια της δικής του λογικής και των δικών του δομικών στοιχείων και συνιστωσών, δηλαδή το ίδιο το σύστημα να παράγει/προσαρμόζει τον εαυτό του, με βάση μια εσωτερική λογική (Fuchs, 2006). Σε ένα αυτοοργανωμένο σύστημα, αναδύεται μια νέα τάξη μέσα από το παλιό σύστημα. Το σύστημα παράγει/προσαρμόζει τον εαυτό του, αλλά δεν είναι απαραίτητα ένα κλειστό και αυτόνομο σύστημα. Οι εσωτερικές διαδικασίες παραγωγής/προσαρμογής έχουν έναν ανοιχτό χαρακτήρα, καθώς το σύστημα αυτό βρίσκεται σε ένα περιβάλλον, με το οποίο το σύστημα είναι σε διαρκή επικοινωνία, και από το οποίο εισάγει και εξάγει πόρους, και άρα επηρεάζεται από αυτό το περιβάλλον κατά την προσαρμογή.

Τα αυτοοργανωμένα συστήματα έχουν μια πολύπλοκη αιτιότητα, όπου τα αίτια και τα αποτελέσματα δε μπορούν να καταγραφούν γραμμικά (Fuchs, 2003). Πιο συγκεκριμένα, παρόμοια αίτια μπορούν να έχουν διαφορετικά αποτελέσματα, διαφορετικά αίτια μπορούν να έχουν παρόμοια αποτελέσματα, μικρές αλλαγές στα αίτια μπορούν να φέρουν μεγάλα αποτελέσματα, ενώ μεγάλες αλλαγές στα αίτια μπορούν να φέρουν μικρά αποτελέσματα. Είναι δύσκολο, δηλαδή, να μοντελοποιηθεί ένα τέτοιο σύνθετο σύστημα, και να προβλεφθεί η συμπεριφορά του, ακόμα κι αν κάποιος γνωρίζει σε μεγάλο βαθμό τα τμήματα και τα δομικά στοιχεία ενός τέτοιου συστήματος, καθώς επίσης και τις σχέσεις και τις επαφές που αναπτύσσονται εντός του συστήματος, μεταξύ των τμημάτων του (Heylingen, 1996, 1997, Edmonds, 1999, όπως παραθέτει ο Fuchs, 2003).

Τη θεωρία της αυτοοργάνωσης συνδέει ο Fuchs (2006) με τα κοινωνικά κινήματα, εξετάζοντας εκτενώς τα δομικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών κινήματων. Όπως αναφέρει ο Japp (1984, όπως παραθέτει ο Fuchs, 2006) τα κοινωνικά κινήματα δεν προκαλούνται εξωγενώς, αλλά αποτελούν αυτοοργανωμένα συστήματα, καθώς παράγονται από τον ίδιο τους τον εαυτό. Ωστόσο, δεν αποτελούν αυτόνομα και κλειστά συστήματα, καθώς είναι συνδεδεμένα με συγκεκριμένα κοινωνικά προβλήματα και με ανταγωνιστικά προς αυτά υποσυστήματα της σύγχρονης

κοινωνίας. Τα κοινωνικά κινήματα είναι αυτοοργανωμένα, καθώς παράγουν τη δική τους ταυτότητα, τις δικές τους δομές, τους δικούς τους στόχους και τις δικές τους συλλογικές πρακτικές, με κυκλικές, ενστικτώδεις και αυτοαναφορικές διαδικασίες.

Στην ουσία, τα κοινωνικά κινήματα είναι κοινωνικά συστήματα, που δρουν μέσα στην κοινωνία, παράγοντας και αναπαράγοντας γεγονότα, δράσεις ή/και πολιτικά ζητήματα, προκειμένου να δείξουν και να προβάλλουν την αντίδρασή τους στις υπάρχουσες κοινωνικές δομές, αναζητώντας, στην ουσία, εναλλακτικούς στόχους και νέες κοινωνικές καταστάσεις (Fuchs, 2006). Τα κοινωνικά κινήματα αποτελούν, δηλαδή, μια μορφή αντίδρασης προς τα κοινωνικά προβλήματα, είναι μια έκφραση φόβου και δυσαρέσκειας προς την υφιστάμενη κατάσταση της κοινωνίας, και ουσιαστικά μια έκκληση για αλλαγή της κατάστασης της κοινωνίας.

Κατ' επέκταση, οι αυτοοργανωμένες δράσεις, οι οποίες αποτελούν το ερευνητικό αντικείμενο της παρούσας εργασίας, είναι μια μορφή αντίδρασης προς ορισμένα κοινωνικά προβλήματα, όμως δεν προσδοκούν απλά, στο να δοθεί μια λύση στο πρόβλημα, στο οποίο εστιάζουν. Έμπρακτα προσπαθούν οι δημιουργοί και οι συμμετέχοντες στη δράση, ως δομή και ως λειτουργία, να διορθώσουν μια υφιστάμενη κατάσταση, ώστε να βελτιώσουν, με όποιο τρόπο κρίνουν εφικτό, το όποιο κοινωνικό ζήτημα. Χαρακτηρίζονται ως δράσεις, και όχι απαραίτητα ως κινήματα, καθώς δεν αποτελούν απλά μια ομάδα που αντιδρά και διαμαρτύρεται για ένα κοινωνικό ζήτημα, αλλά ένα μηχανισμό, ο οποίος κατά τη λειτουργία του επιδιώκει να λύσει ένα κοινωνικό πρόβλημα και να βελτιώσει μια κοινωνική κατάσταση.

Ωστόσο, η ίδια η κοινωνία αποτελεί ένα πολύπλοκο, αυτοοργανωμένο σύστημα, το οποίο αυτοαναπαράγεται με την πάροδο του χρόνου, όπως ισχυρίζεται ο Fuchs (2003). Η αυτοαναπαραγωγή της κοινωνίας δεν είναι μια ομαλή, και μονίμως σταθερή διαδικασία, αλλά βρίσκεται σε διαρκή εξέλιξη, περνώντας και μέσα από φάσεις κρίσεων. Αυτές οι κρίσεις είναι περίοδοι αστάθειας, όπου δε μπορεί να προσδιοριστεί η περαιτέρω ανάπτυξη του συνολικού συστήματος της κοινωνίας. Ειδικά στη σύγχρονη, καπιταλιστική κοινωνία, αυτές οι περίοδοι κρίσεων προκαλούνται από δομικούς οικονομικούς, πολιτικούς και πολιτιστικούς ανταγωνισμούς. Σε αυτό το πλαίσιο, της κοινωνίας, υπάρχει η κοινωνική πολυπλοκότητα, δηλαδή το σύστημα της κοινωνίας είναι πολύπλοκο, εξαιτίας των

πολυάριθμων σχέσεων που αναπτύσσονται εντός της, μεταξύ των τμημάτων της, και οι οποίες μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου. Εξαιτίας της κοινωνικής πολυπλοκότητας, αυτές οι κρίσεις της καπιταλιστικής κοινωνίας μπορούν να έχουν οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές πτυχές, που δεν προκαλούνται αποκλειστικά από έναν καθολικό ανταγωνισμό. Βέβαια, εξαιτίας της υλιστικής βάσης της κοινωνίας, οι οικονομικοί ανταγωνισμοί έχουν κυρίαρχο ρόλο κατά την περίοδο των κρίσεων, αλλά δεν καθορίζουν κατ' αποκλειστικότητα την εμφάνιση και το αποτέλεσμα των κρίσεων.

Σε αυτή την αυτοαναπαραγωγή της κοινωνίας εμπλέκεται και η από κάτω προς τα πάνω ανάδυση της ατομικής πληροφορίας (Fuchs et al., 2002, όπως παραθέτει ο Fuchs, 2003), δηλαδή οι αξίες, τα πρότυπα, τα συμπεράσματα, οι κανόνες, οι απόψεις, οι ιδέες και οι πεποιθήσεις των ατόμων, που δεν είναι στατικές, αλλά αλλάζουν δυναμικά. Παράλληλα, η τεχνολογική υποδομή, τα ζωτικά στοιχεία του οικοσυστήματος, οι οικονομικές πηγές, οι πολιτικές δυνάμεις και οι πολιτισμικές αρχές και αξίες ορίζονται ως κοινωνική πληροφορία, η οποία αποθηκεύει τις κοινωνικές δράσεις του παρελθόντος και απλουστεύει, με τη γνώση που προσφέρει, την προσαρμογή των μελλοντικών κοινωνικών καταστάσεων. Η ατομική πληροφορία και η κοινωνική πληροφορία είναι τα βασικά στοιχεία των κοινωνικών σχέσεων.

Ειδικότερα σε μια εποχή κρίσης, όπου η περίοδος αυτοαναπαραγωγής της κοινωνίας βρίσκεται σε αναπροσαρμογή, η ατομική πληροφορία προσπαθεί να προσαρμοστεί αναλόγως, προκειμένου να ανταπεξέλθει το άτομο στην κρίση, στο πλαίσιο της κοινωνίας. Οπότε, εξετάζοντας τις ανάγκες του, προσαρμόζει την ατομική πληροφορία, και κατ' επέκταση προσαρμόζεται η κοινωνική πληροφορία, από τη στιγμή που η ατομική και η κοινωνική πληροφορία συναντιούνται στις κοινωνικές σχέσεις, που αποτελούν δομικό συστατικό της κοινωνίας. Αυτό είναι ένα παράδειγμα αυτοοργάνωσης της κοινωνίας, όπου το άτομο, ανταποκρινόμενο στις ανάγκες του, προσαρμόζει την ατομική πληροφορία για να ανταπεξέλθει σε μια κρίση, με την ελπίδα η δική του αλλαγή να καταφέρει να αλλάξει και την ίδια την κοινωνία, χωρίς να περιμένει ή να απαιτεί από την κοινωνική πληροφορία να αλλάξει.

Με τη διάδοση και την αξιοποίηση των πληροφοριών εντός του Web 2.0, μπορούν να επηρεαστούν οι αξίες, τα πρότυπα, τα συμπεράσματα, οι κανόνες, οι απόψεις, οι ιδέες και οι πεποιθήσεις, δηλαδή η ατομική πληροφορία. Η επαφή με την πληροφορία, η

ενημέρωση και η γνώση των ζητημάτων μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης για το άτομο, οδηγώντας το στην κινητοποίηση, και κατ' επέκταση την προσαρμογή της ατομικής πληροφορίας. Παράλληλα, η ανάδυση της ατομικής πληροφορίας στη σημερινή εποχή μπορεί να ενορχηστρωθεί και από τα εργαλεία του Web 2.0. Με τη διανομή της πληροφορίας από τα κανάλια του Web 2.0 είναι δυνατή η επιρροή και η προσαρμογή της ατομικής πληροφορίας σε ένα ευρύτερο επίπεδο, οπότε και δίνεται η δυνατότητα να αλλάξει το επίπεδο της αυτοοργάνωσης, από μια μικρή κλίμακα, προς μια παγκόσμια κλίμακα.

## 2.7. Η αλληλεγγύη και η ενεργή συμμετοχή στην Ελλάδα

Έως το 2005, η κοινωνία των πολιτών στην Ελλάδα δεν ήταν ιδιαίτερα ανεπτυγμένη, με πολύ αδύναμη δομή και πολύ περιορισμένη επίδραση στην κοινωνία, αλλά σε ένα περιβάλλον που διέπεται από θετικές αξίες (Sotiropoulos and Karamagioli, 2006). Έως τις αρχές της δεκαετίας του 1980, η έννοια του εθελοντισμού ταυτιζόταν σχεδόν αποκλειστικά με την Ορθόδοξη Εκκλησία και με παραδοσιακές οργανώσεις, όπως ο Ερυθρός Σταυρός και οι πρόσκοποι (Zannis, 2012). Όμως, κατά τη δεκαετία του 1980 και την «επανάσταση της παγκόσμιας διασύνδεσης», διαδόθηκαν στην Ελλάδα οι ιδέες και οι ιδεολογίες της κοινωνίας των πολιτών.

Τις τελευταίες δεκαετίες στην Ελλάδα παρατηρούνται αλλαγές σε οικονομικό (από το να είναι η πιο βραδυκίνητη μεταξύ των Ευρωπαϊών εταίρων, στην επιτάχυνση των διαδικασιών για είσοδο στην Ευρωπαϊκή Οικονομική και Νομισματική Ένωση), πολιτικό (με την εδραίωση του δημοκρατικού καθεστώτος) και κοινωνικό επίπεδο (με τη διαμόρφωση και τον επαναπροσδιορισμό των κοινωνικών ρόλων) (Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002). Κομβικό ρόλο έπαιξε η Μεταπολίτευση, δηλαδή η μετάβαση από ένα απολυταρχικό καθεστώς στη δημοκρατία. Ωστόσο, παρατηρείται μια μεγάλη δυσκολία στη διαμόρφωση των θεσμών, καθώς τα όρια μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής σφαίρας είναι δυσδιάκριτα, με τα πολιτικά κόμματα να κυριαρχούν.

Εξαιτίας των ισχυρών δεσμών της πυρηνικής οικογένειας και του θεμελιωμένου πελατειακού συστήματος (Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002), η συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα γινόταν μέσω της πολιτικής, και σε συνεργασία με τα πολιτικά κόμματα (Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002, Sotiropoulos and Karamagioli, 2006,

Zannis, 2012), συνήθως με τη συμμετοχή σε συνδικαλιστικές ενώσεις και με την εγγραφή ως μέλος σε πολιτικά κόμματα (Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002). Και επειδή ορισμένες δράσεις και οργανώσεις γίνονταν σε συνεργασία με τα πολιτικά κόμματα, υπήρξε δυσπιστία του κόσμου και εξάρτηση της συλλογικής δράσης από την πολιτεία, κάτι που συνεπαγόταν με απάθεια από πλευράς κόσμου και έλλειψη συμμετοχής (Sotiropoulos and Karamagioli, 2006). Εκτός από το γεγονός ότι η κυριαρχία της πολιτικής και της εκκλησίας στον τομέα του εθελοντισμού στην Ελλάδα δεν άφηνε χώρο για άλλες δράσεις, υπήρξε ιδιαίτερα σκεπτικισμός στο ρόλο του εθελοντισμού (Zannis, 2012). Με την ανάδυση της έννοιας του εθελοντισμού, υπαινισσόταν εμμέσως η κατάρρευση του κράτους πρόνοιας, ενώ παράλληλα, η αμισθί εθελοντική δράση θεωρήθηκε ως αντικατάσταση της μισθωτής εργασίας από τον εθελοντισμό.

Ωστόσο, από μια περίοδο καχυποψίας, σιγά σιγά και λόγω της εθελοντικής δράσης που αναπτύχθηκε με τους Ολυμπιακούς Αγώνες το 2004, και τη συμμετοχή εθελοντών στην οργάνωση και τη διεξαγωγή των αγώνων (Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002, Sotiropoulos and Karamagioli, 2006, Zannis, 2012), η στάση των Ελλήνων αλλάζει απέναντι στην έννοια του εθελοντισμού, με τα δίκτυα και τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις να πολλαπλασιάζονται σταδιακά (Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002).

Παρά την ανάπτυξη του δικτύου των οργανώσεων, από τη δεκαετία του 1990 κι έπειτα (Zannis, 2012), ορισμένες επίσημες οργανώσεις είναι φτωχά οργανωμένες, με περιορισμένο αριθμό μελών και συνεισφορών (Sotiropoulos and Karamagioli, 2006). Είναι διασπασμένες, χωρίς ιεραρχική δομή, μικρού μεγέθους και χωρίς διασυνδέσεις, γεγονός που σημαίνει ότι είναι οικονομικά ασταθείς και παραγκωνίζονται από τη λήψη αποφάσεων σε πολιτικό επίπεδο (Papoulias and Tsoukas, 1998, όπως παραθέτουν οι Lyberaki and Paraskevoopoulos, 2002).

Στον αντίποδα, ευδοκούν σε τοπικό επίπεδο διάφορες ανεπίσημες κοινωνικές δραστηριότητες, σχετικά με το περιβάλλον, τις υψηλές επιδοτήσεις αγροτικών προϊόντων ή την υποστήριξη ανεξάρτητων υποψηφίων στις εκλογές της τοπικής αυτοδιοίκησης (Sotiropoulos, 2004, όπως παραθέτουν οι Sotiropoulos and Karamagioli, 2006). Παράλληλα, ιδιαίτερα ανεπτυγμένες εμφανίζονται οι ομάδες που

προσφέρουν κοινωνικές υπηρεσίες, όπως ομάδες εθελοντών που βοηθούν ανθρώπους που έχουν ανάγκη (Sotiropoulos and Karamagioli, 2006).

Με την οικονομική κρίση που πλήττει την Ελλάδα από το 2009, η έννοια της αλληλεγγύης και της ενεργού δράσης επαναπροσδιορίζεται στην ελληνική κοινωνία. Η ανάγκη για βοήθεια προς ευπαθείς ομάδες, αλλά και η ραγδαία μείωση των οικονομικών πόρων, που θέτει σε κίνδυνο ακόμη και τη βιωσιμότητα ήδη υπαρχόντων Μη Κερδοσκοπικών Οργανώσεων, εξαιτίας της κατάρρευσης της μεσαίας κοινωνικής τάξης (Zannis, 2012), σε συνδυασμό με την έννοια του ελληνικού «φιλότιμου», ιδιαίτερα σε μικρές κοινωνίες (Lyberaki and Paraskevoroulos, 2002), οδήγησαν στην αναθέρμανση της κοινωνικής δράσης στην Ελλάδα. Η ευαισθητοποίηση των πολιτών, που πλήττονται άμεσα από την οικονομική κρίση, οδήγησε στην εμφάνισή μιας πληθώρας δράσεων, οργανωμένων είτε από ιδιωτικές πρωτοβουλίες, είτε από δημόσιες δομές.

## 2.8. Η αυτοοργάνωση στην Ελλάδα

Από το 2009 περίπου, η Ελλάδα από τον εθελοντισμό και την ενεργή συμμετοχή περνάει σε μια νέα φάση, στη φάση της αυτοοργάνωσης. Μια πρώτη προσπάθεια κινητοποίησης των πολιτών ήταν οι διάφορες πλατφόρμες ηλεκτρονικής διαβούλευσης, οι οποίες προσπάθησαν να βάλουν τους πολίτες σε έναν ακόμα πιο ενεργό ρόλο, στη συμμετοχή στα κοινά και στη λήψη των αποφάσεων (Στάιου, 2013α). Ωστόσο, η απόπειρα αυτή ναυάγησε, είτε λόγω απροθυμίας των κυβερνήσεων να προωθήσουν αυτό το μοντέλο της ενεργούς συμμετοχής, είτε λόγω απροθυμίας ή έλλειψης κατάλληλων γνώσεων από πλευράς πολιτών.

Το ζήτημα της ενεργού συμμετοχής και της συμμετοχής στη λήψη αποφάσεων από πλευράς πολιτών παρέμενε, και η ανάγκη για συμμετοχή αυξανόταν, καθώς η οικονομική κρίση που έπληττε και πλήττει την Ελλάδα επηρέαζε αρνητικά το βιοτικό επίπεδο των πολιτών (Στάιου, 2013α). Ως κομβικό σημείο για την ενεργό συμμετοχή, και κατ' επέκταση την αυτοοργάνωση, στην Ελλάδα ήταν οι συγκεντρώσεις των Αγανακτισμένων πολιτών στην Πλατεία Συντάγματος το 2011, που εξέφρασε έντονα το αίτημα για άμεση δημοκρατία (Κορακάκης και Κοροντζής, 2011). Αποτελεί το ελληνικό παράδειγμα της κατάστασης που περιγράφει ο Feixa με τους συνεργάτες

του (2009, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013), όπου λόγω της σταδιακής κατάρρευσης του επίσημου κράτους, οι πολίτες αρχίζουν να το αμφισβητούν, απαιτώντας άμεση δημοκρατία και διεκδικώντας εκ νέου δικαιώματα. Αυτή η «μάζα των πολιτών» επαναπροσδιορίζει τις δυνατότητές της και αξιοποιεί την ιδιαίτερη οργάνωσή της, ως όχημα για να καθορίσει τη θέση της στην κοινωνία και τον κόσμο (Κορακάκης και Κοροντζής, 2011).

Ωστόσο, η κινητοποίηση και η συμμετοχή δεν είναι απαραίτητα συνυφασμένες με την πολιτική αντίδραση στο παρηκμασμένο επίσημο κράτος. Είναι η ανάγκη για παροχή βοήθειας και η ανάγκη του ανήκειν, δύο από τις κινητήριες δυνάμεις που οδηγούν τους ανθρώπους στη συμμετοχή σε αυτοοργανωμένες δράσεις (Στάιου, 2013β). Με τη μεταβαλλόμενη κατάσταση των κύκλων ενός πολίτη (εργασιακός, οικογενειακός, φιλικός) εν μέσω κρίσης, η ανάγκη να ενταχθεί το άτομο σε έναν νέο κύκλο, ειδικά όταν «σπάει» ο εργασιακός κύκλος, ώστε να αναπτυχθεί εκ νέου το αίσθημα του ανήκειν, είναι αρκετά μεγάλη, και κινητοποιεί το άτομο να συμμετέχει ενεργά σε αυτοοργανωμένες δράσεις.

Έννοιες όπως: άμεση δημοκρατία, αυτοοργάνωση, αυτοδιαχείριση, αυτοκυβέρνηση ή συλλογική διαχείριση, εκτιμούν οι Κορακάκης και Κοροντζής (2011) ότι αποτελούν έννοιες σχεδόν ταυτόσημες, εντάσσοντας τες κάτω από το γενικότερο όρο «συλλογική οργάνωση». Οι αυτοοργανωμένες δράσεις μπορούν να ονομαστούν και ως «αυτοοργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης» (ΑΟΚΑ) (Self-organized Social Solidarity- SoSS) (Staiou and Gouscos, 2014) και είναι ο όρος που αξιοποιείται και στην παρούσα εργασία, συμπληρωματικά με τους απλουστευμένους όρους «αυτοοργανωμένες δράσεις» ή «δράσεις αυτοοργάνωσης».

Το εύρος των αντικειμένων δράσης των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης είναι μεγάλο, και μια πρώτη καταγραφή μπορεί να γίνει μέσω της πλατφόρμας «Οργάνωση 2.0». Ακολουθεί μια λίστα των θεματικών ενοτήτων, στις οποίες χωρίζονται οι δράσεις στην πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0», καθώς επίσης και ορισμένα παραδείγματα ανά θεματική:

- Ανθρώπινα δικαιώματα: Στέκια Μεταναστών, Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών,
- Ιατρεία/φάρμακα: Κοινωνικά Ιατρεία/Φαρμακεία ανά περιοχή,
- Φαγητό: Συσσίτια και «Σπιτικές»/Κοινωνικές Κουζίνες,



- Τρόφιμα/είδη παντοπωλείου: Κοινωνικά Παντοπωλεία ανά περιοχή,
- Υποδοχή Αστεγών: Κέντρα υποδοχής αστεγών ανά περιοχή,
- Ρούχα: Δράσεις προσφοράς/ανταλλαγής ρούχων, Τράπεζες Ρούχων/Ιματιοθήκες,
- Εύρεση εργασίας: Γραφεία υποστήριξης ανέργων,
- Εμπόριο παραγωγών: Προϊόντα «χωρίς μεσάζοντες»,
- Εναλλακτικές συναλλαγές: Δίκτυα ανταλλαγής κι αλληλεγγύης,
- Ανταλλαγές ειδών/υπηρεσιών: Δίκτυα ανταλλαγής, Ανταλλακτικά παζάρια,
- Μαθήματα: Κοινωνικά Φροντιστήρια
- Τράπεζες χρόνου: Τράπεζες χρόνου ανά περιοχή,
- Συνεπιβατισμός: Διαδικτυακές πλατφόρμες συνεπιβατισμού,
- Ποδηλατισμός: Οργανώσεις ποδηλατών,
- Τέχνη και πολιτισμός: Κοινωνικά/αυτοδιαχειριζόμενα ωδεία,
- Φροντίδα πόλης: Οργανώσεις τύπου –istas,
- Φροντίδα φύσης: Ομάδες Καλλιέργειας.

Παρατηρώντας τις κατηγορίες των δράσεων γίνεται αντιληπτό το γεγονός ότι οι δράσεις στρέφονται κυρίως σε ζητήματα που αφορούν πρώτες ανάγκες (φαγητό, ιατροφαρμακευτική περίθαλψη), ζητήματα διαβίωσης (εργασία, στέγαση, ένδυση/υπόδηση) και ανθρώπινα δικαιώματα, και έπειτα σε άλλες πτυχές της καθημερινής ζωής. Είναι ενδεικτικό της κατάστασης που δημιουργεί η οικονομική κρίση, και ποιοί τομείς πλήττονται άμεσα από αυτή. Ειδικότερα για το ζήτημα της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, είναι χαρακτηριστικό της κατάρρευσης του κράτους πρόνοιας και της προσπάθειας, μέσα από την αυτοοργάνωση, να καλυφθούν τα κενά που αφήνει.

Η πιο χαρακτηριστική δράση αυτοοργάνωσης είναι τα διάφορα κοινωνικά παντοπωλεία ανά περιοχή, που αναδεικνύει τις πραγματικές ανάγκες των πολιτών εν μέσω κρίσης, δηλαδή τη ζήτηση για τρόφιμα (Στάιου, 2013γ). Ο θεσμός των κοινωνικών παντοπωλείων ξεκίνησε σε αρκετούς δήμους ανά την Ελλάδα, όπου συγκεντρώνονται τρόφιμα, αλλά και άλλα είδη (π.χ. προσωπικής υγιεινής, οικιακού καθαρισμού), που δωρίζονται από επιχειρήσεις (Στέφου, 2011) ή και από απλούς πολίτες (Στάιου, 2013γ). Ο οποιοσδήποτε πολίτης έχει ανάγκη, και πληροί τις προϋποθέσεις που θέτει το εκάστοτε κοινωνικό παντοπωλείο, μπορεί να πάρει

δωρεάν τα είδη που προσφέρει το παντοπωλείο. Σαν δράση, το κοινωνικό παντοπωλείο δεν έχει τις ρίζες του εξ ολοκλήρου σε πρωτοβουλίες πολιτών (Στάιου, 2013γ), αλλά εμπλέκει και τη συμμετοχή/οργάνωση των δήμων και κοινοτήτων της χώρας, καθώς επίσης και ιδιωτικές πρωτοβουλίες επιχειρήσεων, που τροφοδοτούν με είδη τα παντοπωλεία. Ωστόσο, αποτελεί δράση αυτοοργάνωσης, που απαντά στις ελλείψεις του κράτους πρόνοιας, και η συμμετοχή των δήμων στο εγχείρημα γίνεται στο πλαίσιο βελτίωσης του επιπέδου ζωής των δημοτών. Εξάλλου, δεν είναι θεσμοθετημένη υποχρέωση της τοπικής αυτοδιοίκησης η δημιουργία κοινωνικού παντοπωλείου.

Ακολουθούν, σε επίπεδο αριθμού δράσεων, οι αυτοοργανώσεις που σχετίζονται με την ανταλλαγή αγαθών ή υπηρεσιών, τα μαθήματα και η φροντίδα πόλης (Στάιου, 2013γ). Οι δράσεις ανταλλαγής και μαθημάτων σχετίζονται με την αναδιανομή αγαθών και την αξιοποίηση πόρων από όσους τους έχουν ανάγκη, ενώ οι δράσεις συνεργατικής φροντίδας πόλης με την έμπρακτη και άμεση βελτίωση των συνθηκών ζωής συγκεκριμένων περιοχών. Ως δράσεις ανταλλαγής ορίζονται τα διάφορα ανταλλακτικά παζάρια, τα δίκτυα ανταλλαγής και αλληλεγγύης, όπου ανταλλάσσονται προϊόντα και υπηρεσίες, από ρούχα και τρόφιμα, ως υπηρεσίες φύλαξης παιδιών και ηλικιωμένων, καθώς επίσης και οι κοινότητες, όπως το «Χάρισέ το», όπου ανταλλάσσονται, εκτός από ρούχα, μέχρι βιβλία, έπιπλα ή μικροαντικείμενα (Στέφου, 2011).

Σημαντική είναι και η δράση των κοινωνικών ιατρείων και φαρμακείων, που όπως και τα κοινωνικά παντοπωλεία που αναφέρθηκαν προηγουμένως, επιδιώκουν να καλύψουν ένα μεγάλο και σοβαρό κενό που αφήνει η κατάρρευση του επίσημου κράτους πρόνοιας, αυτό της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης. Ειδικότερα λόγω της αύξησης του ποσοστού ανεργίας, ένα μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού παραμένει ανασφάλιστο, και άρα αντιμετωπίζει δυσκολίες ως προς την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Τα κοινωνικά ιατρεία, όπως στην περίπτωση του Εθελοντικού Ιατρείου Κοινωνικής Αλληλεγγύης Ρεθύμνου που αναφέρει η Στέφου (2011), δέχονται ανασφάλιστους Έλληνες ή αλλοδαπούς. Όπως αναφέρει η ιστοσελίδα του Μητροπολιτικού Κοινωνικού Ιατρείου Ελληνικού (2014), πρωτοβάθμια ιατρική περίθαλψη παρέχεται σε ανασφάλιστους, άνεργους και άπορους, με την επίδειξη ληγμένου βιβλιαρίου υγείας, κάρτας ανεργίας ή βιβλιαρίου απορίας, αντίστοιχα, ενώ οι υπηρεσίες των ιατρών και τα φάρμακα παρέχονται εθελοντικά και αμισθί.

Ωστόσο, η σχέση των περισσότερων δράσεων αυτοοργάνωσης με το διαδίκτυο είναι αρκετά περιορισμένη, καθώς αρκετές από τις δράσεις διαθέτουν ηλεκτρονική παρουσία (ιστοσελίδες, συλλογικά μέσα), αλλά ατονεί με την πάροδο του χρόνου (Στάιου, 2013γ), χωρίς αυτό να σημαίνει ότι η δράση τους περιορίζεται. Μάλιστα, ένα μεγάλο ποσοστό δράσεων δεν αναπτύσσει καθόλου διαδικτυακή παρουσία (Staiou and Gouscos, 2014), ενώ παράλληλα είναι εκτεταμένη η χρήση του web 1.0 (δηλαδή στατικές ιστοσελίδες) ως διαδικτυακή παρουσία ορισμένων δράσεων. Σε κάθε περίπτωση, η άμεση, διαπροσωπική επαφή κατέχει ξεχωριστό ρόλο στην αυτοοργάνωση (Στάιου, 2013γ), αφού οι περισσότερες δράσεις αυτοοργάνωσης πραγματοποιούνται δια ζώσης.

Η πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0» κάνει μια απόπειρα να οργανώσει όλες αυτές τις δράσεις, ανεξάρτητα από την παρουσία τους διαδικτυακά, δημιουργώντας παράλληλα μια βάση δεδομένων δράσεων. Η περιορισμένη αξιοποίηση του web 2.0 από τις οργανώσεις αποτελεί και ένα κίνητρο για την παρούσα έρευνα. Μέσα στην πληθώρα των ιδεών για δράση που συσσωρεύεται στο πλαίσιο του web 2.0 και αξιοποιείται σε περιορισμένη κλίμακα δια ζώσης, είναι πιθανό μια δράση να μπορεί να αξιοποιηθεί σε ένα ευρύτερο πλαίσιο και να ικανοποιήσει περισσότερες ανάγκες ανθρώπων, αλλά να παραμένει περιορισμένα αξιοποιήσιμη. Έχοντας αυτό ως δεδομένο, χρειάζεται ένας μηχανισμός, ο οποίος θα συγκρατεί τα λειτουργικά χαρακτηριστικά της δράσης, δημιουργώντας έναν «σπόρο», τον οποίο θα μπορέσει ο κάθε ενδιαφερόμενος να αξιοποιήσει, δια ζώσης ή ακόμα και στο πλαίσιο του web 2.0. Αυτό επιχειρεί να δημιουργήσει η παρούσα έρευνα.

### 3. Ερευνητικό πλαίσιο

#### 3.1 Ανακεφαλαίωση σημαντικών σημείων του θεωρητικού πλαισίου

Ανακεφαλαιώνοντας, με τη διεύρυνση του web 2.0 και των τεχνολογιών που προσφέρει στο πλαίσιο του, όπως τα συλλογικά μέσα (social media), παρατηρείται μια γενική μετάβαση από το μινιμαλιστικό μοντέλο δημοκρατικής συμμετοχής (Carpentier, 2011, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013), στο μαξιμαλιστικό μοντέλο δημοκρατικής συμμετοχής (Burgess et al., 2006, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013), όπου το πεδίο δημοκρατικής δράσης δεν περιορίζεται αποκλειστικά στις θεσμοθετημένες δομές και διαδικασίες μιας κοινωνίας (όπως, για παράδειγμα, οι εκλογές), αλλά καλύπτει κάθε έκφανση της καθημερινότητας, οπότε και τα όρια μεταξύ ατομικής/ιδιωτικής σφαίρας και ομαδικής/δημόσιας σφαίρας αρχίζουν να μην είναι απολύτως ευκρινή (Stalder, 2013). Η βασική αιτία αυτής της μετάβασης είναι η έννοια της συμμετοχής. Με τις τεχνολογίες του web 2.0 φεύγουμε από το στατικό περιεχόμενο του διαδικτύου, και περνάμε σε εργαλεία που δίνουν τη δυνατότητα διαμόρφωσης και συνδιαμόρφωσης του περιεχομένου, δηλαδή σε λειτουργίες που αναδεικνύουν τον ενεργό ρόλο του χρήστη, και άρα τη συμμετοχική κουλτούρα (Jenkins, 2006, όπως παραθέτει η Mascheroni, 2013), που αντιτίθεται προς την παθητική κουλτούρα (Gauntlett, 2011). Η παθητική κουλτούρα, όπως ισχυρίζεται και ο Lasch (2006), μπορεί να αξιοποιηθεί ως έννοια από τα παραδοσιακά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, για να ενισχυθεί και να βρει γόνιμο έδαφος η ρητορεία της κρίσης και της επιβίωσης, στο πλαίσιο της προπαγάνδας της καταστροφής.

Μια παρόμοια κατάσταση, σαν αυτή που περιγράφει ο Lasch, συμβαίνει τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα, η οποία πλήττεται από την οικονομική κρίση. Στην προκειμένη περίπτωση, το web 2.0 μπορεί να αποτελέσει ένα εργαλείο για δράση και ενεργή συμμετοχή, ενάντια στην παθητική στάση και στην καταστροφολογία. Στο πλαίσιο του web 2.0 οι πολίτες έχουν τη δυνατότητα να φύγουν από το χαρακτήρα του «ενεργού πολίτη», που συνεπάγεται απλά με την ενεργή συμμετοχή στα θεσμοθετημένα κοινά, και να περάσουν στο χαρακτήρα του «ακτιβιστή πολίτη» (Isin, 2009), που αντιδρά στην υφιστάμενη κατάσταση, και επιδιώκει να την αλλάξει, διεκδικώντας παράλληλα τα δικαιώματά του. Είναι, εξάλλου, και η κατάσταση τέτοια, που οδηγεί σε αμφισβήτηση του επίσημου κράτους, καθώς βρισκόμαστε σε μια περίοδο όπου οι κοινωνικές υπηρεσίες παρακμάζουν, η ανεργία αυξάνεται, η

κοινωνική ανισότητα μεγαλώνει, όπως και η δυσπιστία για καθετί θεσμοθετημένο (Feixa et al, 2009, όπως παραθέτουν οι Para and Milioni, 2013).

Γενικότερα, το web 2.0 αποτελεί πρόσφορο έδαφος για τη συμμετοχή και την οργάνωση δράσεων, καθώς προσφέρει τα κατάλληλα εργαλεία (πλατφόρμες, συλλογικά μέσα) για να εκφράσει κανείς τις ιδέες του και να μοιραστεί περιεχόμενο, ενώ παράλληλα δημιουργεί πρόσφορο έδαφος για συνεργασίες, όπου ένας χρήστης μπορεί να εμπνευστεί από μια ιδέα και να την αναπτύξει (Gauntlett, 2012), διευρύνοντας, με αυτό τον τρόπο, το επίπεδο αξιοποίησης μιας ιδέας. Το γεγονός αυτό έχει διττή σημασία: αφενός το web 2.0 μπορεί να αποτελέσει ένα «φυτώριο νέων ιδεών», όπου ένας «σπόρος» μιας ιδέας μπορεί, με την κατάλληλη επεξεργασία από οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο, να αξιοποιηθεί ευρύτερα από όποιον τον έχει ανάγκη, και στην ουσία να «καρπίσει» εκ νέου ως ιδέα, αφετέρου, το web 2.0 μπορεί να διευρύνει το πλαίσιο δράσης και συνεργασιών, από το στενά τοπικό στο ευρύτερα γεωγραφικό χώρο. Εξάλλου, μπορεί ο αρχικός εμπνευστής μιας ιδέας ή ενός κινήματος να μην έχει το χρόνο ή τη θέληση να συνεχίσει να δραστηριοποιείται και να αναπτύσσει την ιδέα του (McKibben, 2013), οπότε και μπορεί να αναλάβει οποιοσδήποτε άλλος ενδιαφέρεται και επιθυμεί, να αξιοποιήσει, να αναπτύξει και να διευρύνει την ιδέα αυτή, με αφετηρία το web 2.0. Παράλληλα, με την προώθηση μιας ιδέας μέσω web 2.0 δε διευρύνεται απλώς ο χώρος για την αξιοποίηση της δράσης, αλλά και ο χαρακτήρας της, καθώς ανάλογα με τις τοπικές ανάγκες προσαρμόζεται και η όποια δράση (Juris, 2012), και άρα το επίπεδο αξιοποίησής της.

Με δεδομένη την κρίση, βλέπουμε ότι το κοινωνικό σύστημα, όπως αναφέρει ο Fuchs (2003) περιγράφοντας την αλλαγή στη μελέτη των κοινωνικών επιστημών, περνάμε από μια εποχή προβλέψιμη, σε μια εποχή απρόβλεπτη, και από την τάξη και τη σταθερότητα, τη σιγουριά και την αποφασιστικότητα, στην αστάθεια, το ρίσκο, την αμφιβολία και την αβεβαιότητα. Σε αυτό το μεταβαλλόμενο κοινωνικό πλαίσιο αναδύεται και ο χαρακτήρας της αυτοοργάνωσης, δηλαδή της προσπάθειας των τμημάτων του κοινωνικού συστήματος να ανασυγκροτηθούν και να αναδημιουργήσουν τον εαυτό τους, αλλά και με επιδίωξη να προσαρμόσουν το κοινωνικό πλαίσιο (Fuchs, 2006), προκειμένου να καταφέρουν να ανταπεξέλθουν στην κρίση. Ως αυτοοργανωμένα τμήματα της κοινωνίας, μπορούν να εμφανιστούν κοινωνικά κινήματα, τα οποία δρουν και επιδιώκουν να προβάλλουν την αντίδρασή τους στις υπάρχουσες κοινωνικές δομές, και κατ' επέκταση στην πολιτική

κατάσταση, αναζητώντας νέους, εναλλακτικούς στόχους και μια νέα κοινωνική κατάσταση (Fuchs, 2006), που θα καλύπτει τις ανάγκες τους.

## 3.2 Περιγραφή έρευνας

### 3.2.1 Στόχος της έρευνας – ερευνητικό ερώτημα

Η ιδέα για την παρούσα έρευνα εδράζεται στο γεγονός ότι σε καιρό κρίσης στην Ελλάδα, μια πληθώρα αυτοοργανωμένων δράσεων αναδύεται, η οποία, ωστόσο, δεν αξιοποιεί απαραίτητα το web 2.0 και τις δυνατότητες που προσφέρει για διεύρυνση του επιπέδου δράσης και για προσέγγιση/κινητοποίηση περισσότερων συμμετεχόντων, χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο κυρίως για λόγους διαφήμισης. Στο web 2.0 συγκεντρώνονται ιδέες δράσεων, οι οποίες αξιοποιούνται σε περιορισμένο επίπεδο από ορισμένους φορείς, αλλά ο μηχανισμός δράσης τους μπορεί να ενδιαφέρει και να μπορεί να αξιοποιηθεί περαιτέρω από άλλους φορείς ή ενδιαφερόμενους. Αυτές οι ιδέες έχουν ανάγκη από κατάλληλη επεξεργασία, προκειμένου να γίνουν ένας σπόρος, ο οποίος μπορεί σε ένα νέο επίπεδο να καρπίσει και να συμβάλλει στη δράση ή να εμπνεύσει τη δράση άλλων ενδιαφερόμενων.

Στόχος της έρευνας, και συνάμα ερευνητικό ερώτημα, είναι η δημιουργία ενός μηχανισμού δημιουργίας σπόρων ιδεών αυτοοργάνωσης, ούτως ώστε ιδέες που συσσωρεύονται στο web 2.0 να αξιοποιούνται περαιτέρω, διευρύνοντας το επίπεδο δράσης εντός ή εκτός web 2.0. Η παρούσα έρευνα, η οποία αποτελεί πιλοτική εφαρμογή της μεθοδολογίας εργασίας που προτάθηκε από τον επιβλέποντα καθηγητή και διαμορφώθηκε σε επιμέρους θέματα, κατά την πορεία της έρευνας, με βάση τα αποτελέσματα που παρήχθησαν από τον υποφαινόμενο ερευνητή, προτείνει ένα τρόπο εύρεσης, ανάλυσης και γενίκευσης των σημαντικών χαρακτηριστικών και βημάτων μιας δράσης, ώστε να δημιουργηθεί ένας σπόρος που συμπυκνώνει τη λειτουργία της δράσης. Η διαδικασία δημιουργίας του σπόρου ονομάστηκε, σε συνεργασία του ερευνητή με τον επιβλέποντα καθηγητή, «σποροποίηση». Έτσι, στην παρούσα έρευνα παρουσιάζεται, μέσω της πιλοτικής εφαρμογής του, ένας μηχανισμός «σποροποίησης» δράσεων, ώστε να δημιουργηθεί ένας αρχικός σπόρος δράσης, ο οποίος σε επόμενη φάση να μπορέσει να τεθεί υπό διαβούλευση από τους ενδιαφερόμενους, ώστε να δημιουργηθεί ο τελικός σπόρος της δράσης. Η εργασία

περιορίζεται στη δημιουργία του μηχανισμού του αρχικού σπόρου, χωρίς να συνεχίζει τη διαδικασία διαβούλευσης του σπόρου, αφήνοντας περιθώρια ανάπτυξης της ιδέας και του μηχανισμού σποροποίησης.

### *3.2.2 Μέθοδος συλλογής δεδομένων*

Προκειμένου να διεξαχθεί η διαδικασία της σποροποίησης, είναι απαραίτητη η γνώση του τρόπου λειτουργίας της δράσης, καθώς επίσης και τυχόν λειτουργικά προβλήματα. Σε ένα πρώτο βαθμό, για τη συλλογή δεδομένων έγινε μια πρώτη αναζήτηση σε διαδικτυακές πηγές (άρθρα, συνεντεύξεις, επίσημες ιστοσελίδες), προκειμένου να διαμορφωθεί μια πρώτη εικόνα για την κάθε δράση. Ωστόσο, για την ανάλυση και τη σποροποίηση της δράσης, δηλαδή για την ουσιαστική διεξαγωγή της έρευνας, τα δεδομένα αντλούνται από πρωτογενείς πηγές, δηλαδή από τους δημιουργούς της δράσης.

Στην ποιοτική αυτή έρευνα, η μέθοδος συλλογής δεδομένων που αξιοποιήθηκε, προκειμένου να αντληθούν τα δεδομένα από τις πρωτογενείς πηγές, είναι η συνέντευξη. Πραγματοποιήθηκαν ημιδομημένες συνεντεύξεις με υπεύθυνους και διαμορφωτές των δράσεων, οι οποίες δεν είχαν ένα συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο, αλλά ένα σταθερό θεματικό πλαίσιο, με τρεις βασικούς ερευνητικούς άξονες, που καλύπτουν τις ανάγκες της έρευνας:

- τρόπος λειτουργίας / μηχανισμός της δράσης: τρόπος διεξαγωγής και διαμόρφωσης της δράσης, εμπλεκόμενα μέλη,
- περιορισμοί / δυσκολίες / προβλήματα της δράσης: οποιοδήποτε πρόβλημα προκύπτει κατά τη διεξαγωγή της δράσης, πιθανές λύσεις στα προβλήματα που προκύπτουν, και
- γενίκευση της δράσης: πιθανές ιδέες των δημιουργών και διαμορφωτών της δράσης για το πώς φαντάζονται τη δράση να αναπτύσσεται και να διευρύνεται, καθώς επίσης και πιθανοί περιορισμοί στην ανάπτυξη της δράσης.

Τα τρία αυτά ερευνητικά ερωτήματα καλύπτουν τα ζητούμενα της διαδικασίας της σποροποίησης.

Οι συνεντεύξεις που εκπονήθηκαν είχαν τη μορφή διαλόγου, με ερωτήσεις που προέκυπταν κατά τη συζήτηση, με βάση τα παραπάνω τρία ερευνητικά ερωτήματα και ανάλογα με τις απαντήσεις που έδιναν οι συνεντευξιαζόμενοι. Η επιλογή και το πλήθος των συνεντευξιαζόμενων, καθώς επίσης και η περιγραφή της ανάλυσης των ημιδομημένων συνεντεύξεων ακολουθούν στα επόμενα κεφάλαια.

### *3.2.3 Συμμετέχοντες – επιλογή δράσεων*

Στο πλαίσιο της έρευνας επελέγησαν δύο δράσεις: η δράση «Ένας καφές που περιμένει» και η δράση «Book4book». Αρχικά, η επιλογή δύο δράσεων έγινε αφενός για την εξέταση της επαναληπτικότητας του μηχανισμού σποροποίησης, αφετέρου λόγω της περιορισμένης έκτασης της παρούσας έρευνας. Οι λόγοι που επελέγησαν οι παραπάνω δράσεις είναι οι ακόλουθοι:

- σχετικά με τη δράση «Ένας καφές που περιμένει»: σαν ιδέα, η δράση είναι πρωτότυπη για τα δεδομένα των δράσεων αυτοοργάνωσης στην Ελλάδα, καθώς είναι μια δράση αναδιανομής και δεν άπτεται ξεκάθαρα σε κάποια από τις μεγάλες κατηγορίες αυτοοργανώσεων, όπως αυτές διαμορφώνονται στην ιστοσελίδα «Οργάνωση 2.0». Έπειτα, η δράση λαμβάνει χώρα κατά βάση σε επίπεδο δια ζώσης, με την αξιοποίηση του web 2.0 αποκλειστικά για λόγους προβολής. Από τη στιγμή που η δράση επεκτείνεται ραγδαία σε ένα ολοένα και αυξανόμενο δίκτυο καταστημάτων καφέ, είναι μια αφορμή να εξεταστεί αν και κατά πόσο μπορεί μια τέτοια ιδέα να προωθηθεί περαιτέρω, σε διαφορετικά είδη καταστημάτων ή και οπουδήποτε αλλού,
- σχετικά με τη δράση «Book4book»: παρότι η ιδέα της ανταλλαγής είναι αρκετά διαδεδομένη, η δράση «Book4book» αξιοποιεί το web 2.0 σε επίπεδο οργάνωσης και συνεννόησης, αναδεικνύοντας το χαρακτήρα και τη λειτουργικότητα του μέσου, ενισχύοντας παράλληλα το μηχανισμό της δράσης. Το γεγονός αυτό αποτελεί κριτήριο επιλογής, συγκριτικά με τη δράση «Ένας καφές που περιμένει», η οποία οργανώνεται σε επίπεδο δια ζώσης, ούτως ώστε να αναδειχθεί η σημασία και η λειτουργικότητα του μηχανισμού σποροποίησης, τόσο για μια δράση που οργανώνεται σε επίπεδο δια ζώσης, όσο και για μια δράση που οργανώνεται σε επίπεδο web 2.0.



Για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με τις παραπάνω δράσεις εκπονήθηκαν συνολικά 7 ημιδομημένες συνεντεύξεις, εκ των οποίων οι 5 αφορούν άτομα της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» και οι 2 αφορούν άτομα της δράσης «Book4book». Πιο συγκεκριμένα:

- Για τη δράση «Ένας καφές που περιμένει» ερωτήθηκαν δύο υπεύθυνοι της δράσης από το περιοδικό δρόμου «Σχεδία»: η Α. Δ., σύμβουλο επικοινωνίας του περιοδικού «Σχεδία», και ο Χ. Α., υπεύθυνο σύνταξης του περιοδικού «Σχεδία», καθώς επίσης και τρεις υπεύθυνοι καφετεριών που συμμετέχουν στη δράση, τον Χ. Αν., την Κ. Ζ., και τον Γ. Γ.. Αφενός, οι υπεύθυνοι του περιοδικού «Σχεδία» είναι οι κύριοι διοργανωτές της δράσης, αφετέρου, οι υπεύθυνοι των καφετεριών υλοποιούν και συνδιαμορφώνουν τη δράση. Σχετικά με τον αριθμό των ερωτηθέντων, στην περίπτωση των υπευθύνων της δράσης, τα δύο αυτά άτομα είναι που τρέχουν και οργανώνουν επίσημα τη δράση, ενώ στην περίπτωση των υπευθύνων των καφετεριών, οι συνεντευξιαζόμενοι είναι τρεις, λόγω επαναληπτικότητας μεγάλου μέρους των λεγομένων, οπότε και η συλλογή δεδομένων έφτασε σε σημείο κορεσμού.
- Για τη δράση «Book4book» ερωτήθηκαν δύο υπεύθυνοι από την ομάδα της δράσης: ο Κ. Τ. και ο Φ. Α.. Δυστυχώς δεν ήταν εφικτό να ερωτηθούν περισσότερα άτομα της ομάδας της δράσης, λόγω υποχρεώσεων, και επειδή δεν υπάρχουν άλλα άτομα που να συνδιαμορφώνουν τη δράση, παρά μόνο συμμετέχοντες σε αυτή, η ανάλυση της δράσης βασίζεται στα λεγόμενα αυτών των δύο υπευθύνων της δράσης. Ωστόσο, η επαναληπτικότητα των λεγομένων τους επιβεβαιώνει τα στοιχεία που συλλέχθηκαν κατά τις δύο αυτές συνεντεύξεις, καθιστώντας έγκυρα τα σχετικά δεδομένα της δράσης.

Και στις 7 συνεντεύξεις, το πλήρες κείμενο των απομαγνητοφωνημένων συνεντεύξεων παρατίθεται στο παράρτημα. Στο πλαίσιο της εργασίας αξιοποιούνται τα αρχικά των ονομάτων των συνεντευξιαζόμενων, για λόγους επιστημονικής δεοντολογίας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων των συνεντευξιαζόμενων. Τα πλήρη στοιχεία των ερωτηθέντων βρίσκονται στο αρχείο του ερευνητή.

### 3.2.4 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων – σποροποίηση

Η διαδικασία ανάλυσης των δεδομένων, όπως παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 4, με την ανάλυση των δύο δράσεων προς εξέταση, αποτελεί ταυτόχρονα και την πρόταση μεθοδολογίας εργασίας, εκ μέρους του επιβλέποντα καθηγητή, επί της οποίας στηρίχθηκε η παρούσα διπλωματική έρευνα σχετικά με το μηχανισμό σποροποίησης δράσεων. Η διαδικασία αυτή αναλύει τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από τις ημιδομημένες συνεντεύξεις που εκπονήθηκαν στο πλαίσιο της έρευνας, και ονομάζεται «μηχανισμός σποροποίησης», αποτελούμενος από τα εξής στάδια:

1. διεξαγωγή συνεντεύξεων με διαχειριστές/υλοποιητές της δράσης,
2. αναγνώριση των οντοτήτων που θέτουν τους κανόνες της δράσης,
3. αναγνώριση των ζητημάτων/παραμέτρων της δράσης,
4. αποδελτίωση των συνεντεύξεων ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της δράσης,
5. ομαδοποίηση των εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/πaráμετρο της δράσης,
6. ανάπτυξη των εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/πaráμετρο της δράσης,
7. παρουσίαση του συνολικού σπόρου της δράσης, και
8. οπτικοποίηση του συνολικού σπόρου της δράσης.

Συγκεκριμένα, το στάδιο 1 της σποροποίησης, δηλαδή η διεξαγωγή συνεντεύξεων με διαχειριστές και υλοποιητές της δράσης, ανάλογα με τη δράση, μπορεί να αποτελείται από ένα ή και περισσότερα βήματα, και ακολουθεί τη διαδικασία συλλογής δεδομένων, όπως αυτή έχει περιγραφεί στο υποκεφάλαιο 3.2.2. Στο στάδιο 2 γίνεται αναγνώριση των οντοτήτων (ατόμων ή ομάδων) που έχουν καθοριστικό ρόλο στη δράση, ορίζοντας τον τρόπο της τελικής διεξαγωγής της δράσης. Στο τρίτο στάδιο γίνεται αναγνώριση των διαφόρων ζητημάτων, δηλαδή των ζητημάτων της δράσης που έχουν διαφορετικές επιλογές παραμετροποίησης, ώστε στο τέταρτο στάδιο της δράσης να γίνει μια πιο συγκεκριμένη αποδελτίωση των συνεντεύξεων, ως προς τα συγκεκριμένα ζητήματα και τις τιμές/επιλογές που μπορούν να πάρουν. Στο στάδιο 5 παρουσιάζονται συγκεντρωμένα τα ευρήματα των σταδίων 3 και 4, ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της δράσης, ενώ στο στάδιο 6 επιχειρείται η ανάπτυξη αυτών των επιλογών, βασιζόμενη στα λεγόμενα των συνεντευξιαζόμενων, αλλά και σύμφωνα με την κρίση του ερευνητή. Τέλος, στο στάδιο 7 παρουσιάζεται και

αναλύεται διεξοδικά η δράση, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που προέκυψαν κατά την ανάλυση και που παρουσιάζονται στο στάδιο 6, ενώ στο στάδιο 8 οπτικοποιούνται με σαφέστερο τρόπο τα βήματα της δράσης και οι πιθανές επιλογές παραμετροποίησής της, δηλαδή ο συνολικός σπόρος της δράσης που διαμορφώθηκε στο 7<sup>ο</sup> στάδιο σποροποίησης.

Ειδικότερα, στην τελική φάση της διαδικασίας σποροποίησης (στάδια 7 και 8), και αφού η δράση έχει αποδομηθεί ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της (στάδια 1 έως 6), γίνεται η παρουσίαση του τελικού σπόρου της έρευνας. Η παρουσίαση του τελικού σπόρου αξιοποιεί τη δημοσιογραφική τακτική του «Five Ws and one H» (Porter, 2010) ή αλλιώς «η μέθοδος του Kipling» (Creative Minds, n.d.), που χρησιμοποιείται για την όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένη παρουσίαση μιας είδησης ή μιας ιστορίας, για την εξερεύνηση διαφορετικών πτυχών μιας ιστορίας ή ενός προβλήματος ή για την ανάλυση μιας ιδέας, σε περίπτωση περαιτέρω ανάπτυξής της. Στο μηχανισμό «Five Ws and one H» υπάρχουν έξι παράμετροι-ερωτήματα, τα οποία πρέπει να απαντηθούν, ώστε να καλυφθεί η είδηση, η ιστορία ή το ζήτημα. Οι παράμετροι είναι οι εξής: Who, What, Why, When, Where και How, ή στα ελληνικά: Ποιος, Τι, Γιατί, Πότε, Πού και Πώς. Με αυτό τον τρόπο, δηλαδή απαντώντας όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένα στις παραπάνω ερωτήσεις, γίνεται η προσπάθεια, κατά τη διαδικασία της σποροποίησης, να κρατηθούν τα ουσιαστικά χαρακτηριστικά της δράσης, προκειμένου η αποδομημένη δράση να μπορεί μελλοντικά να τεθεί υπό διαβούλευση, ως προς τις διαδικασίες της και τις πιθανές εκδοχές παραμετροποίησης και αξιοποίησής της.

Πιο συγκεκριμένα, το τελικό αυτό βήμα της σποροποίησης, και με βάση την περιγραφή και την ανάλυση της διαδικασίας της δράσης, ξεκινά με την αναφορά στις βασικές διαδικασίες διεξαγωγής της δράσης (βήματα της δράσης). Αυτές οι βασικές διαδικασίες διεξαγωγής της δράσης στη συνέχεια αποδομούνται, με τη βοήθεια του μηχανισμού Five Ws and one H. Αφού καταλήξει η έρευνα στα στοιχειώδη βήματα της δράσης, τότε το κάθε βήμα της δράσης αποδομείται, και χωρίζεται σε επιμέρους τμήματα. Για την αποδόμηση και την αναγνώριση των επιμέρους βημάτων χρησιμοποιούνται έξι βασικά ερευνητικά ερωτήματα:

- ποιος
- κάνει τι

- πού
- πότε
- για ποιο σκοπό
- με ποιον τρόπο

Κάθε ερώτημα από τα παραπάνω μπορεί να απαντηθεί, ανάλογα το βήμα και τις εναλλακτικές επιλογές που έχουν αναφέρει οι συνεντευξιαζόμενοι, και που έχουν διαμορφωθεί κατά τα προηγούμενα βήματα ανάλυσης τους σπόρου. Κάθε ερώτημα, δηλαδή, μπορεί να πάρει διαφορετικές τιμές, ανάλογα με τις εναλλακτικές επιλογές που έχουν διαμορφωθεί στα προηγούμενα στάδια ανάλυσης του σπόρου.

Υπολογίζοντας το σύνολο των συνδυασμών όλων των εναλλακτικών επιλογών ανά βήμα, προκύπτει ένα μεγάλο γινόμενο βαθμών ελευθερίας για την παραμετροποίηση και την αξιοποίηση της δράσης. Δηλαδή, αν στο βήμα 1 της δράσης έχουμε, για παράδειγμα 3 πιθανές εναλλακτικές επιλογές ανά ερώτημα, τότε το βήμα 1 της δράσης έχει ένα γινόμενο  $3*3*3*3*3*3$  (δηλαδή 729) πιθανών περιπτώσεων παραμετροποίησης. Αν η δράση αποτελείται από 3 βήματα, και το καθένα από αυτά από 729 πιθανές περιπτώσεις παραμετροποίησης, τότε η δράση αποκτά ένα γινόμενο  $729*729*729$  πιθανών περιπτώσεων παραμετροποίησης, δηλαδή μια εκρηκτική αύξηση του πλήθους των πιθανών παραμετροποιήσεων της δράσης. Ωστόσο, κάτι τέτοιο δεν είναι πάντα εφικτό, καθώς σε αρκετές περιπτώσεις οι πιθανές επιλογές είναι περιορισμένες, αλλά είναι ενδεικτικό του πώς μια δράση, με την κατάλληλη επεξεργασία και σποροποίηση μπορεί να αξιοποιηθεί σε ένα μεγάλο εύρος περιπτώσεων.

Τόσο στο στάδιο 7, όσο και στο στάδιο 8, σημαντικό κομμάτι της παρουσίασης των δεδομένων του σπόρου γίνεται υπό μορφή πινάκων και διαγραμμάτων. Η επιλογή των συγκεκριμένων πινάκων και διαγραμμάτων έγινε με βάση τα υποδείγματα που παρουσιάζονται στη σελίδα Learning 2.0 (2010), για την περίπτωση των πινάκων, και στη σελίδα Six Sigma (Mahalik, 2010), για την περίπτωση των διαγραμμάτων, αναφερόμενα στην οπτικοποίηση της τεχνικής 5 Ws and 1 H. Η οπτικοποίηση των δεδομένων είναι σημαντική, διότι διευκολύνει την ανάγνωσή τους και τη συγκράτηση των ουσιαστικών δεδομένων του σπόρου της δράσης. Ως στόχο, η όλη διαδικασία της σποροποίησης έχει την απλούστευση και την αποδόμηση της δράσης, και η οπτικοποίηση των δεδομένων, υπό μορφή πινάκων και διαγραμμάτων, ακολουθεί την

ίδια φιλοσοφία και λογική, διευκολύνοντας, παράλληλα, τόσο την ανάγνωση του σπόρου, όσο και την περαιτέρω μελέτη και ανάπτυξή του. Έτσι, λοιπόν, τα δεδομένα που αναλύονται κατά το 7<sup>ο</sup> στάδιο σποροποίησης, οπτικοποιούνται υπό μορφή πινάκων στο στάδιο 7, και υπό μορφή διαγραμμάτων, στο στάδιο 8. Τέλος, τα διαγράμματα του σταδίου 8 δημιουργήθηκαν με τη βοήθεια του διαδικτυακού εργαλείου δημιουργίας διαγραμμάτων και σχεδιασμού Creately (<http://creately.com/>).

### 3.3 Περιγραφή επιλεγμένων δράσεων

Ακολουθεί η περιγραφή των επιλεγμένων δράσεων «Ένας καφές που περιμένει» και «Book4book», όπως αυτή προέκυψε από τη μελέτη διαδικτυακών πηγών (άρθρα, συνεντεύξεις, τα οποία παρατίθενται στην ιστογραφία της εργασίας), καθώς επίσης και από τα στοιχεία που μας έδωσαν οι ίδιοι οι δημιουργοί των δράσεων, στη φάση των συνεντεύξεων της έρευνας.

#### 3.3.1 Δράση «Ένας καφές που περιμένει»

Ο δημιουργός και συντονιστής της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» είναι το περιοδικό δρόμου «Σχεδία», το οποίο έχει αναλάβει να αναπτύξει και να επεκτείνει την πρωτοβουλία σε ελληνικό επίπεδο, καθώς η δράση ξεκίνησε από την Ιταλία, και πιο συγκεκριμένα στη Νάπολη. Παρά την αποδυνάμωση της δράσης, με την οικονομική κρίση, η δράση έκανε την επανεμφάνισή της σε διάφορα μέρη του κόσμου, όπως τη Σκωτία και την Αυστραλία, που αποτέλεσαν και πηγή έμπνευσης για τη διεξαγωγή της δράσης και στην Ελλάδα.

Η δράση «Ένας καφές που περιμένει» ακολουθεί την εξής διαδικασία: ένας άνθρωπος πηγαίνει σε μία από τις καφετέριες που συμμετέχουν στη δράση, και αφότου αγοράσει το δικό του καφέ, έχει τη δυνατότητα με μια επιπλέον επιβάρυνση, να κεράσει έναν καφέ σε οποιονδήποτε τον έχει ανάγκη. Ο καταστηματάρχης παίρνει τα χρήματα που προσφέρει ο πελάτης για τον κερασμένο καφέ, και κρατάει ως «κάβα» τον κερασμένο καφέ, έως ότου βρεθεί κάποιος που να τον ζητήσει. Στο κατάστημά του υπάρχει ένας τρόπος ένδειξης (όπως, για παράδειγμα, ένας πίνακας), με τον οποίο γνωστοποιείται τόσο η συμμετοχή της καφετέριας στη δράση, όσο και η διαθεσιμότητα των κερασμένων καφέδων. Τέλος, ένας άνθρωπος μπορεί να έρθει και

να ζητήσει έναν δωρεάν καφέ, εάν και εφόσον υπάρχουν διαθέσιμοι κερασμένοι καφέδες. Ο άνθρωπος που ζήτησε τον καφέ μπορεί να πιεί τον καφέ, αλλά μπορεί να τον κεράσει το κατάστημα και κάποιο γλυκό ή κάποιο φαγώσιμο, το οποίο πηγαίνουν άτομα από τη γειτονιά, πράγμα που γίνεται, συνήθως, σε συνοικιακά καφέ.

Η «Σχεδία» έρχεται σε επαφή με καφετέριες, για να βρει συμμετέχοντες για τη δράση, αλλά μπορεί ο οποιοσδήποτε ιδιοκτήτης καφετέριας να έρθει σε επαφή με τη «Σχεδία», προκειμένου να συμμετέχει στη δράση. Η λίστα με τις καφετέριες που συμμετέχουν στη δράση είναι προσβάσιμη σε όλους, στην ιστοσελίδα της «Σχεδίας», στο γκρουπ της «Σχεδίας» στο Facebook, αλλά και σε όσες ιστοσελίδες αναπαράγουν τη λίστα. Ακόμη, η λίστα είναι διαθέσιμη στο περιοδικό «Σχεδία».

### 3.3.2 Δράση «Book4book»

Η δράση Book4book σχετίζεται με την ανταλλαγή και την αναδιανομή σχολικών βιβλίων. Η ιδέα ανήκει σε δύο μαθητές, την Κάσση και τον Σωτήρη Παπασωτηρίου, οι οποίοι δημιούργησαν, σε συνεργασία με την ερευνητική ομάδα της καθηγήτριας του ΕΜΠ, Ντόρας Βαρβαρίγου, την πλατφόρμα ανταλλαγής βιβλίων Book4book. Η πλατφόρμα Book4book δημιουργήθηκε το 2012 και ως βασικό στόχο έχει να λύσει το πρόβλημα με τα σχολικά βιβλία, καθώς παρατηρούνται ελλείψεις και καθυστερήσεις στη διανομή των σχολικών βιβλίων, ενώ αντίθετα πολλά βιβλία στο τέλος κάθε χρονιάς καταλήγουν είτε κατεστραμμένα, είτε στα σκουπίδια, είτε να μένουν αναξιοποίητα στα σπίτια των μαθητών, που δεν ξέρουν τι να τα κάνουν.

Στην ουσία, λύνεται το πρόβλημα της ασυμμετρίας πληροφορίας, όπου κάποιος έχει, αλλά δεν ξέρει ποιος θέλει, και κάποιος θέλει, αλλά δεν ξέρει ποιος έχει, σε μια προσπάθεια για επαναχρησιμοποίηση των σχολικών βιβλίων. Η πλατφόρμα προσπαθεί να φέρει σε επαφή τα δύο μέρη χρηστών, αυτούς που έχουν με αυτούς που θέλουν, προκειμένου να λυθεί η ασυμμετρία. Και επειδή τα σχολικά εγχειρίδια είναι σταθερά και δεν αλλάζουν κάθε χρόνο, η δράση προσπαθεί να κινητοποιήσει τους μεγαλύτερους μαθητές, ώστε να δίνουν τα περσινά βιβλία τους στους μικρότερους μαθητές, οι οποίοι μπορεί να αντιμετωπίζουν πρόβλημα και να μην έχουν τα αναγκαία βιβλία.

Η δράση έχει βραβευτεί και στο πλαίσιο του European Project Awards Competition, αλλά και στο πλαίσιο του World Summit Youth Award. Παράλληλα, η δράση αξιοποιείται πειραματικά τους τελευταίους μήνες και στη Σρι Λάνκα, όπου στο εκεί εκπαιδευτικό σύστημα ως σχολικό εγχειρίδιο μπορεί να αξιοποιηθεί οποιοδήποτε βιβλίο, καθώς τα σχολεία είναι αυτά που ορίζουν ποιο θα είναι το σχολικό εγχειρίδιο που θα διδαχθεί.

Η δράση λειτουργεί ως εξής: ένας χρήστης μπαίνει στην πλατφόρμα και κάνει εγγραφή. Μετά τη δημιουργία προφίλ, ο χρήστης έχει πρόσβαση σε μια πλατφόρμα (bulletin board), όπου με τη βοήθεια φίλτρων μπορεί να ενημερωθεί για την προσφορά και τη ζήτηση βιβλίων, ανάλογα με το μάθημα, την τάξη ή την περιοχή. Κατόπιν, μπορεί να καταχωρήσει στην πλατφόρμα ποια βιβλία διαθέτει προς ανταλλαγή ή ποια βιβλία αναζητά, ώστε είτε να βοηθήσει άλλους χρήστες, είτε να βρει αυτό που ψάχνει. Ακόμη, στη σελίδα υπάρχει σύστημα συστάσεων προσφοράς ή ζήτησης, με βάση την περιοχή που έχει δηλώσει ο χρήστης, καθώς επίσης και η δυνατότητα δημιουργίας group, για άμεση επικοινωνία των χρηστών που ψάχνουν ή διαθέτουν συγκεκριμένα βιβλία.

Εάν οι χρήστες βρουν αυτό που ψάχνουν, πατάνε το σχετικό κουμπί «Με ενδιαφέρει», ώστε να ειδοποιηθεί το άτομο που διαθέτει το βιβλίο, μέσω e-mail, και να μπορέσουν να έρθουν σε επαφή οι χρήστες. Αφού οι χρήστες έρθουν σε επαφή, διοργανώνουν ένα event, στο οποίο θα ανταλλάξουν δια ζώσης τα βιβλία τους. Για το event ορίζουν ένα συγκεκριμένο χώρο, σε δημόσια τοποθεσία, μια συγκεκριμένη ημέρα και ώρα, αλλά και ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα που θα γίνει η ανταλλαγή. Σε ένα event μπορεί να δηλώσει συμμετοχή ο οποιοσδήποτε ενδιαφέρεται να ανταλλάξει τα βιβλία του, οπότε μπορεί να γίνει ανταλλαγή μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων σε ένα event. Δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες κατά την ανταλλαγή, ούτε κάποιος περιορισμός στην προσφορά ή τη ζήτηση των βιβλίων (στον αριθμό των βιβλίων που απαιτείται κάποιος να προσφέρει ή να λάβει).

## 4. Ανάλυση / σποροποίηση της δράσης «Ένας καφές που περιμένει»

### 4.1 Στάδιο 1α: διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης

Η αρχή για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με τη δράση και τον τρόπο λειτουργίας της έγινε με μια αναζήτηση στο διαδίκτυο, όπου βρέθηκαν σχετικά άρθρα και συνεντεύξεις, που δίνουν μια γενική εικόνα της δράσης, όπως αυτή περιγράφηκε παραπάνω. Ωστόσο, για τη συλλογή περισσότερων δεδομένων και λεπτομερειών λειτουργίας της δράσης, ήταν απαραίτητη η διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, οι δημιουργοί και διαχειριστές της δράσης είναι η ομάδα του περιοδικού δρόμου «Σχεδία». Για τους σκοπούς της έρευνας διεξήχθησαν δύο συνεντεύξεις με υπεύθυνους της δράσης από το περιοδικό δρόμου «Σχεδία»: της Α. Δ., σύμβουλο επικοινωνίας του περιοδικού «Σχεδία», και τον Χ. Α., υπεύθυνο σύνταξης του περιοδικού «Σχεδία». Το πλήρες κείμενο των απομαγνητοφωνημένων συνεντεύξεων παρατίθεται στο παράρτημα, στο τέλος της εργασίας.

Οι δύο συνεντεύξεις ήταν ημιδομημένες, με τρεις βασικούς θεματικούς άξονες:

- περιγραφή του τρόπου λειτουργίας (μηχανισμός) της δράσης
- αναφορά στα προβλήματα ή τις πρακτικές δυσκολίες που έχουν αντιμετωπιστεί κατά τη διεξαγωγή της δράσης
- πιθανές περιπτώσεις γενίκευσης της δράσης

Οι δύο συνεντευξιζόμενοι αναφέρθηκαν εκτενώς στον τρόπο λειτουργίας της δράσης, στις αντικειμενικές δυσκολίες που έχουν εντοπιστεί κατά τη διεξαγωγή της (τουλάχιστον σε επίπεδο που να γνωρίζουν οι ίδιοι), καθώς επίσης και στις πιθανές περιπτώσεις κατά τις οποίες η δράση μπορεί να γενικευτεί. Σύμφωνα με τα λεγόμενά τους, η δράση διεξάγεται με τρία βασικά εμπλεκόμενα μέλη:

- τον καταστημάτάρχη, στο πλαίσιο του οποίου διεξάγεται η δράση
- τον προσφέροντα, δηλαδή τον άνθρωπο που προσφέρει τα χρήματα και κερνάει έναν καφέ, και



- τον αποδέκτη, δηλαδή τον άνθρωπο που αποδέχεται το κέρασμα του προσφέροντα.

Οι διαχειριστές της δράσης εξήγησαν τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζουν και προσεγγίζονται από τις καφετέριες, οι οποίες επιθυμούν να συμμετέχουν στη δράση. Επίσης, δήλωσαν πως οι ίδιοι αναλαμβάνουν έναν συμβουλευτικό ρόλο ως προς τον τρόπο διεξαγωγής της δράσης. Γι' αυτό το λόγο, οι διαχειριστές της δράσης δεν αποτελούν την αποκλειστική βάση για την άντληση των κρίσιμων δεδομένων για τον τρόπο λειτουργίας της δράσης, όποτε είναι απαραίτητο να εκπονηθούν συνεντεύξεις με τους άμεσους διαμορφωτές της δράσης, δηλαδή τους καταστηματαρχες.

#### 4.2 Στάδιο 1β: διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους καταστηματαρχες που συμμετέχουν στη δράση

Οι καταστηματαρχες που συμμετέχουν στη δράση είναι αυτοί που ρυθμίζουν τους κανόνες για τον τρόπο διεξαγωγής της δράσης, με βάση τις συμβουλές που τους δίνει η ομάδα της «Σχεδίας». Προκειμένου να αντληθούν περισσότερα δεδομένα σχετικά με τον τρόπο διεξαγωγής των δράσεων, καθώς επίσης να καταστούν σαφείς οι δυνατές επιλογές σε κάθε παράμετρο της δράσης, εκπονήθηκαν συνεντεύξεις με τρεις υπεύθυνους καφετεριών που συμμετέχουν στη δράση, τον Χ. Α., την Κ. Ζ., και τον Γ. Γ.. Το πλήρες κείμενο των απομαγνητοφωνημένων συνεντεύξεων παρατίθεται στο παράρτημα, στο τέλος της εργασίας.

Οι τρεις συνεντεύξεις που εκπονήθηκαν είναι ημιδομημένες, βασιζόμενες στους τρεις θεματικούς άξονες των προηγούμενων συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης, και είναι οι ακόλουθοι:

- περιγραφή του τρόπου λειτουργίας (μηχανισμός) της δράσης
- αναφορά στα προβλήματα ή τις πρακτικές δυσκολίες που έχουν αντιμετωπιστεί κατά τη διεξαγωγή της δράσης
- πιθανές περιπτώσεις γενίκευσης της δράσης

Οι τρεις συνεντευξιαζόμενοι περιέγραψαν τη δράση, το πώς διαλέγουν οι ίδιοι να την υλοποιήσουν, τα ουσιαστικά προβλήματα που αντιμετώπισαν κατά την υλοποίηση,

καθώς επίσης και τις δικές τους προτάσεις για πιθανή γενίκευση, αλλά και βελτίωση της ίδιας της δράσης.

#### 4.3 Στάδιο 2: αναγνώριση των οντοτήτων που θέτουν τους κανόνες της δράσης

Είναι σημαντικό να αναγνωριστούν τα άτομα που θέτουν τους κανόνες της δράσης, προκειμένου να καταλήξει η έρευνα σε πληρέστερα στοιχεία. Για να γίνει μια σωστή αποδόμηση της δράσης, πρέπει να προσεγγιστούν τα εμπλεκόμενα μέλη που διαμορφώνουν τη δράση, ώστε να είναι ξεκάθαρος τόσο ο μηχανισμός της δράσης, όσο και το επίπεδο διαμόρφωσης και οι δυνατές επιλογές διαμόρφωσης της δράσης.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, στο πλαίσιο της δράσης υπάρχουν τρία βασικά εμπλεκόμενα μέλη:

- τον καταστηματάρχη, στο πλαίσιο του οποίου διεξάγεται η δράση
- τον προσφέροντα, δηλαδή τον άνθρωπο που προσφέρει τα χρήματα και κερνάει έναν καφέ, και
- τον αποδέκτη, δηλαδή τον άνθρωπο που αποδέχεται το κέρασμα του προσφέροντα.

Εξαιρούνται από το πλαίσιο αυτό οι διαχειριστές της δράσης, γιατί δεν συμμετέχουν ενεργά στη διεξαγωγή της δράσης, αλλά απλά συντονίζουν το δίκτυο καταστημάτων (διαμορφώνουν τη λίστα των καταστημάτων, δίνουν συμβουλές για τη δράση).

Σε αυτό το πλαίσιο, κυρίαρχο ρόλο έχει ο καταστηματάρχης. Η δράση διεξάγεται σε δύο κύκλους:

- ο πρώτος κύκλος είναι ο κύκλος της προσφοράς, όπου ο προσφέροντας δίνει το χρηματικό ποσό για το κέρασμα, και ο καταστηματάρχης το λαμβάνει και κρατάει τον καφέ για τον αποδέκτη, και
- ο δεύτερος κύκλος είναι ο κύκλος της αποδοχής, όπου ο αποδέκτης παίρνει το κέρασμα του προσφέροντα από τον καταστηματάρχη.

Το εμπλεκόμενο μέλος που συμμετέχει και στους δύο αυτούς κύκλους είναι ο καταστηματάρχης. Έπειτα, με βάση τα όσα ανέφεραν οι συνεντευξιζόμενοι

διαχειριστές της δράσης, κατέστη σαφές ότι οι ίδιοι δεν επιβάλλουν αυστηρούς κανόνες για τη διεξαγωγή της δράσης, αλλά αναλαμβάνουν περισσότερο το ρόλο του συντονιστή, προσφέροντας συμβουλές για τη διεξαγωγή της δράσης στους καταστηματάρχες που θέλουν να συμμετέχουν. Οι κρίσιμες αποφάσεις για τον τρόπο διεξαγωγής της δράσης επαφίενται στους ιδιοκτήτες των καφετεριών που συμμετέχουν στη δράση.

Οπότε, στο πλαίσιο της δράσης, οι κανόνες και ο τρόπος διεξαγωγής της εξαρτάται από τις αποφάσεις των καταστηματάρχων, σύμφωνα με τις παροτρύνσεις των διαχειριστών. Οι προσφέροντες και οι αποδέκτες στη δράση είναι απλοί συμμετέχοντες, χωρίς τη δυνατότητα να συνδιαμορφώσουν τη δράση. Άρα, δεν κρίνεται σκόπιμο να εκπονηθούν συνεντεύξεις με προσφέροντες και αποδέκτες, καθώς τα δεδομένα σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας της δράσης μπορούν να αντληθούν από τους διαχειριστές της δράσης, που δίνουν τις συμβουλές για τον τρόπο διεξαγωγής της δράσης, καθώς επίσης και από τους καταστηματάρχες, που λαμβάνουν τις αποφάσεις για τον τρόπο διεξαγωγής της δράσης. Από τη στιγμή που έχουν συλλεχθεί δεδομένα από τις δύο πλευρές αυτές, μπορεί η έρευνα να προχωρήσει σε επίπεδο ανάλυσης των δεδομένων.

#### 4.4 Στάδιο 3: αναγνώριση των ζητημάτων/παραμέτρων της δράσης

Ο τρόπος διεξαγωγής της δράσης, όπως προαναφέρθηκε και παρατίθεται εκ νέου εδώ, είναι συνοπτικά ο ακόλουθος:

ένας άνθρωπος πηγαίνει σε μία από τις καφετέριες που συμμετέχουν στη δράση, και αφότου αγοράσει το δικό του καφέ, έχει τη δυνατότητα με μια επιπλέον επιβάρυνση, να κεράσει έναν καφέ σε οποιονδήποτε τον έχει ανάγκη. Ο καταστηματάρχης παίρνει τα χρήματα που προσφέρει ο πελάτης για τον κερασμένο καφέ, και κρατάει ως «κάβα» τον κερασμένο καφέ, έως ότου βρεθεί κάποιος που να τον ζητήσει. Στο κατάστημά του υπάρχει ένας τρόπος ένδειξης (όπως, για παράδειγμα, ένας πίνακας), με τον οποίο γνωστοποιείται τόσο η συμμετοχή της καφετέριας στη δράση, όσο και η διαθεσιμότητα των κερασμένων καφέδων. Τέλος, ένας άνθρωπος μπορεί να έρθει και να ζητήσει έναν δωρεάν καφέ, εάν και εφόσον υπάρχουν διαθέσιμοι κερασμένοι καφέδες.

Εξετάζοντας πιο προσεκτικά τον τρόπο διεξαγωγής της δράσης, λαμβάνοντας υπόψη και τα λεγόμενα των διαχειριστών και των καταστηματαρχών, ξεχωρίζουν συγκεκριμένες παράμετροι, οι οποίες ενδέχεται να έχουν περισσότερες από μία επιλογές/ενδεχόμενα, και άρα να διαμορφώνουν με διαφορετικό τρόπο τη δράση. Οι παράμετροι που ανιχνεύτηκαν κατά την εξέταση των συνεντεύξεων είναι οι εξής:

- 1) γνωστοποίηση της δράσης: με ποιο τρόπο γίνεται γνωστό στον κόσμο, στο χώρο του καταστήματος, ότι το κατάστημα συμμετέχει στη δράση,
- 2) γνωστοποίηση του αποθέματος: με ποιο τρόπο γίνεται γνωστό στον κόσμο ότι το κατάστημα διαθέτει καφέδες προς κέρασμα,
- 3) περιεχόμενο της δράσης: ποιοι καφέδες ή ροφήματα συμμετέχουν στη δράση, δηλαδή είναι διαθέσιμα προς κέρασμα,
- 4) τρόπος διαχείρισης των χρημάτων και λογιστική: πώς διαχειρίζεται το κατάστημα τα χρήματα που δίνουν οι προσφέροντες στη δράση, και πώς διαχειρίζεται το ζήτημα των αποδείξεων,
- 5) καθορισμός ωραρίου της δράσης: ποιες στιγμές της ημέρας διεξάγεται η δράση,
- 6) ορισμός συμμετεχόντων στη δράση ως προσφέροντες: ποιοι μπορούν να κεράσουν έναν καφέ
- 7) ορισμός συμμετεχόντων στη δράση ως αποδέκτες: ποιοι δικαιούνται να λάβουν έναν κερασμένο καφέ, και
- 8) τρόπος πιστοποίησης των δικαιούχων αποδεκτών: σε περίπτωση που απαιτείται πιστοποίηση για να γίνει ένας συμμετέχοντας αποδέκτης του κερασμένου καφέ, ποιος τρόπος πιστοποίησης ενδείκνυται.

#### 4.5 Στάδιο 4: αποδελτίωση των συνεντεύξεων, ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της δράσης

Με βάση την παραπάνω λίστα παραμέτρων που ανιχνεύτηκαν κατά την εξέταση των συνεντεύξεων, ακολουθεί η επιγραμματική αποδελτίωση αυτών, υπό μορφή πινάκων.

<i>A. Δ. (σύμβουλος επικοινωνίας περιοδικού «Σχεδία»)</i>	
1) γνωστοποίηση της δράσης	γωνία δράσης σε εμφανές σημείο, αυτοκόλλητο, αφίσα, ενημερωτικό φυλλάδιο
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	μαυροπίνακας, πίνακας με σχοινάκια και μανταλάκια, πίνακας με φελλό, γυάλα, τετράδιο
3) περιεχόμενο της δράσης	καφές
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	έκπτωση 30-50% (τιμή take-away), απόδειξη πριν ή μετά
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	-
6) ορισμός προσφερόντων	πελάτης, καταστηματούχης, προσφέροντας χωρίς αγορά καφέ
7) ορισμός αποδεκτών	οποιοσδήποτε
8) πιστοποίηση αποδεκτών	κανένας έλεγχος

**Πίνακας 1:** Αποδελτίωση συνέντευξης A. Δ., συμβούλου επικοινωνίας περιοδικού «Σχεδία»

<i>X. A. (υπεύθυνος σύνταξης περιοδικού «Σχεδία»)</i>	
1) γνωστοποίηση της δράσης	ενημερωτικό φυλλάδιο
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	πίνακας με αποδείξεις, μαυροπίνακας, σχοινί με μανταλάκια
3) περιεχόμενο της δράσης	καφές
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	έκπτωση 35%, απόδειξη κατά την προσφορά
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	-
6) ορισμός προσφερόντων	πελάτης, προσφέροντας χωρίς αγορά καφέ
7) ορισμός αποδεκτών	οποιοσδήποτε
8) πιστοποίηση αποδεκτών	-

**Πίνακας 2:** Αποδελτίωση συνέντευξης X. A., υπεύθυνου σύνταξης περιοδικού «Σχεδία»

<i>Χ. Αν. (υπεύθυνος καφετέριας)</i>	
1) γνωστοποίηση της δράσης	ενημερωτικά φυλλάδια, αυτοκόλλητο σε εμφανές σημείο
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	μαυροπίνακας
3) περιεχόμενο της δράσης	όλα τα είδη καφέ, χυμοί/ροφήματα
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	συγκεκριμένο ποσό (2€), χρήματα στο ταμείο-απόδειξη μετά
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	οποιαδήποτε στιγμή-ωράριο καταστήματος
6) ορισμός προσφερόντων	πελάτης, καταστηματάρχη
7) ορισμός αποδεκτών	οποιοσδήποτε, κυρίως άνεργοι, άστεγοι, φοιτητές, άτομα με οικονομική δυσχέρεια
8) πιστοποίηση αποδεκτών	κάρτα ανεργίας, διαισθητικά (με την εμπειρία του καταστηματάρχη)

**Πίνακας 3:** Αποδελτίωση συνέντευξης Χ. Αν., υπεύθυνου καφετέριας

<i>Κ. Ζ. (υπεύθυνη καφετέριας)</i>	
1) γνωστοποίηση της δράσης	ενημερωτικά φυλλάδια, αυτοκόλλητο σε εμφανές σημείο
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	γυάλα με χαρτάκια ευχών
3) περιεχόμενο της δράσης	καφές
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	συγκεκριμένο ποσό (2€), χρήματα στο ταμείο-απόδειξη μετά
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	οποιαδήποτε στιγμή-ωράριο καταστήματος
6) ορισμός προσφερόντων	πελάτης, καταστηματάρχη
7) ορισμός αποδεκτών	οποιοσδήποτε
8) πιστοποίηση αποδεκτών	κανένας έλεγχος

**Πίνακας 4:** Αποδελτίωση συνέντευξης Κ. Ζ., υπεύθυνης καφετέριας

<i>Γ. Γ. (υπεύθυνος καφετέριας)</i>	
1) γνωστοποίηση της δράσης	ενημερωτικά φυλλάδια στα τραπέζια, αυτοκόλλητο σε εμφανές σημείο
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	κόλλημα αποδείξεων σε εμφανή «γωνιά της δράσης»
3) περιεχόμενο της δράσης	καφές
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	συγκεκριμένο ποσό (1,5€), χρήματα στο ταμείο - απόδειξη κατά την προσφορά
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	οποιαδήποτε στιγμή-ωράριο καταστήματος
6) ορισμός προσφερόντων	πελάτης
7) ορισμός αποδεκτών	οποιοσδήποτε
8) πιστοποίηση αποδεκτών	διαισθητικά (με την εμπειρία του καταστηματούχου)

**Πίνακας 5:** Αποδελτίωση συνέντευξης Γ. Γ., υπεύθυνου καφετέριας

#### 4.6 Στάδιο 5: ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο

Παρατηρώντας τα παραπάνω στοιχεία, όπως αυτά προέκυψαν από την αποδελτίωση των συνεντεύξεων, είναι φανερό η πληθώρα επιλογών/περιπτώσεων ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης. Στον παρακάτω πίνακα, συνοψίζονται οι επιλογές που ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι ανά παράμετρο:

1) γνωστοποίηση της δράσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- γωνία δράσης σε εμφανές σημείο</li> <li>- αυτοκόλλητο (σε εμφανές σημείο)</li> <li>- αφίσα</li> <li>- ενημερωτικά φυλλάδια</li> </ul>
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	<ul style="list-style-type: none"> <li>- μαυροπίνακας</li> <li>- πίνακας με σχοινάκια και μανταλάκια</li> <li>- πίνακας με φελλό</li> <li>- πίνακας με αποδείξεις</li> <li>- γυάλα (με χαρτάκια ευχών)</li> <li>- τετράδιο</li> </ul>

	- κόλλημα αποδείξεων σε εμφανή «γωνιά της δράσης»
3) περιεχόμενο της δράσης	- όλα τα είδη καφέ - χυμοί/ροφήματα
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	- έκπτωση 30-50% - συγκεκριμένο ποσό (1,5 - 2€) - χρήματα στο ταμείο - απόδειξη μετά - χρήματα στο ταμείο - απόδειξη κατά την προσφορά
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	- οποιαδήποτε στιγμή-ωράριο καταστήματος (ανάλογα το κατάστημα)
6) ορισμός προσφερόντων	- πελάτης - καταστηματάρχης - προσφέροντας χωρίς αγορά καφέ
7) ορισμός αποδεκτών	- οποιοσδήποτε - άνεργοι - άστεγοι - φοιτητές - άτομα με οικονομική δυσχέρεια
8) πιστοποίηση αποδεκτών	- κανένας έλεγχος - κάρτα ανεργίας - διαισθητικά (με την εμπειρία του καταστηματάρχη)

**Πίνακας 6:** Ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

#### 4.7 Στάδιο 6: ανάπτυξη εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο

Επανεξετάζοντας την παραπάνω ομαδοποίηση, υπάρχουν ορισμένοι περιορισμοί στις παραπάνω επιλογές, οι οποίοι αναφέρθηκαν από τους συνεντευξιζόμενους, που μπορούν να περιορίσουν τις δυνατές εναλλακτικές επιλογές ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης, καθώς επίσης και επιλογές που δεν αναφέρθηκαν, αλλά που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην οργάνωση και τη διεξαγωγή της δράσης. Επίσης,



υπάρχουν ορισμένες περιπτώσεις γενίκευσης, τις οποίες ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι, και ενδεχομένως να διευρύνουν το επίπεδο των επιλογών της δράσης, ειδικότερα στο ζήτημα του περιεχομένου της δράσης. Οπότε, εξετάζοντας τους περιορισμούς και τις γενικεύσεις της δράσης, που ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι, και κάνοντας υποθέσεις για πιθανές επιπλέον εναλλακτικές επιλογές, ακολουθεί μια ανάπτυξη των εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα, και κατά πόσο μπορούν ή όχι να διευρυνθούν οι επιλογές:

1) Γνωστοποίηση της δράσης: οι εναλλακτικές επιλογές είναι: α) γωνία δράσης σε εμφανές σημείο, β) αυτοκόλλητο, γ) αφίσα, δ) ενημερωτικό φυλλάδιο. Η γνωστοποίηση της δράσης είναι καθαρά στην ευχέρεια του καταστηματαρχη και στο πώς θα χειριστεί το έτοιμο υλικό που του δίνει η οργάνωση. Ωστόσο, στις πιθανές επιλογές θα μπορούσε να προστεθεί ως πέμπτη επιλογή κάποιο αυτοσχέδιο banner, ειδικότερα στην περίπτωση της διαμόρφωσης της γωνιάς της δράσης.

2) Γνωστοποίηση του αποθέματος: οι εναλλακτικές επιλογές είναι: α) μαυροπίνακας, β) πίνακας με σχοινάκια και μανταλάκια, γ) πίνακας με φελλό, δ) πίνακας με αποδείξεις, ε) γυάλα (με χαρτάκια ευχών) στ) τετράδιο, και ζ) κόλλημα αποδείξεων σε εμφανή «γωνιά της δράσης». Το ζητούμενο σε όλες τις περιπτώσεις είναι η γνωστοποίηση του αποθέματος να βρίσκεται σε εμφανές σημείο. Ωστόσο, η επιλογή του τρόπου γνωστοποίησης δεν εξαρτάται μόνο από τα αισθητικά κριτήρια του καθένα, αλλά και από τον τρόπο διαχείρισης των χρημάτων και τη λογιστική, καθώς είναι σημαντικό πρόβλημα της δράσης το κόστος των αποδείξεων και η διαχείριση αποδείξεων ετεροχρονισμένα, όπως θα αναφερθεί εκτενώς στο ζήτημα/παράμετρο 4, παρακάτω. Ανάλογα με τον τρόπο που λύνει το ζήτημα των αποδείξεων, ένα μαγαζί διαλέγει και τον τρόπο γνωστοποίησης, δηλαδή εάν κόβει απόδειξη κατά τη συναλλαγή, μπορεί να την αξιοποιήσει κρεμώντας την σε πίνακα με σχοινάκια ή κολλώντας τη σε πίνακα με φελλό ή απλό πίνακα με αποδείξεις, αλλά εάν η απόδειξη κόβεται εκ των υστέρων, κατά την προσφορά στον αποδέκτη, τότε δε μπορούν να αξιοποιηθούν οι παραπάνω μέθοδοι. Στη θέση των αποδείξεων, στην περίπτωση που κόβονται εκ των υστέρων, μπορεί να μπει ένα χαρτάκι, ή ένα χαρτάκι με ευχή από τον προσφέροντα. Η επιλογή του πίνακα χαρακτηρίζεται ως η πιο σαφής στη γνωστοποίηση της διαθεσιμότητας, ωστόσο είναι πιθανό να ξεχάσει ο καταστηματαρχης να σημειώσει κάποιον καφέ, ενώ με το κόστος της απόδειξης είναι

σίγουρο ότι υπάρχει διαθέσιμος καφές. Η περίπτωση της γυάλας χαρακτηρίστηκε ως αποτυχημένη, καθώς η διαθεσιμότητα δεν είναι αρκετά σαφής και εμφανής (δηλαδή μια γεμάτη γυάλα μπορεί να δείχνει ότι υπάρχουν διαθέσιμοι καφέδες, αλλά όχι πόσοι διαθέσιμοι καφέδες). Οπότε, σε αυτή την περίπτωση αφαιρείται η επιλογή της γυάλας, και οι υπόλοιπες επιλογές μεταβάλλονται, ανάλογα με τον τρόπο διαχείρισης του λογιστικού ζητήματος.

3) Περιεχόμενο της δράσης: οι εναλλακτικές επιλογές είναι: α) όλα τα είδη καφέ, και β) χυμοί ή ροφήματα. Αυτή η παράμετρος, στην περίπτωση του «καφέ που περιμένει», μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω, αναπτύσσοντας ταυτόχρονα και το επίπεδο αξιοποίησης της δράσης. Είναι, δηλαδή, η παράμετρος που καθορίζει τη γενίκευση της δράσης. Οι συνεντευξιαζόμενοι ανέφεραν ορισμένες ιδέες σχετικά με το πώς μπορεί να διευρυνθεί το αντικείμενο της δράσης, αναφέροντας, παράλληλα πιθανές δυσκολίες ή και περιορισμούς. Ξεκινώντας από τους περιορισμούς ή τις πιθανές δυσκολίες, αναφέρθηκε το γεγονός ότι ο καφές και το κέρασμα είναι πιο απενοχοποιημένο, καθώς υπάρχει η κουλτούρα του κέρασματος του καφέ, ενώ η αξιοποίηση της δράσης σε επίπεδο τροφής μπορεί να φέρει μια άμεση σύνδεση της δράσης με τη λογική του συσσιτίου, γεγονός που προκαλεί συστολή στον αποδέκτη, ο οποίος μπορεί λόγω ντροπής ή αξιοπρέπειας να μην επιθυμεί να συμμετέχει στη δράση ως αποδέκτης. Ακόμη, η δράση δε θα πρέπει να γενικευτεί σε επίπεδο προσφοράς αλκοόλ ή οτιδήποτε μπορεί να προκαλέσει εθισμό και εξάρτηση στον αποδέκτη, καθώς, επίσης, το αλκοόλ δεν αποτελεί είδος πρώτης ανάγκης. Η δράση, σε περίπτωση γενίκευσης, μπορεί να στοχεύει σε συγκεκριμένο προϊόν ή ομάδα προϊόντων, τα οποία να αποτελούν είδη πρώτης ανάγκης, ούτως ώστε να μπορεί να ρυθμιστεί μια σταθερή τιμή, ένας μέσος όρος της τιμής των σχετικών προϊόντων. Ως πιθανές περιπτώσεις καταστημάτων και προϊόντων οι συνεντευξιαζόμενοι ανέφεραν: α) τους φούρνους, για ψωμί ή αρτοσκευάσματα, όπως τυρόπιτες ή σάντουιτς, β) τα εστιατόρια, με κάποιο μεζέ ή συγκεκριμένο πιάτο, γ) τα σούπερ μάρκετ, με τρόφιμα με άμεση ημερομηνία λήξης, δ) τα μαγαζιά ρούχων, με συγκεκριμένα ρούχα. Με βάση την παραδοχή ανάπτυξης της δράσης σε είδη πρώτης ανάγκης, εκτός από τα μαγαζιά που αναφέρθηκαν, θα μπορούσαν στη δράση να συμμετέχουν όλα τα μαγαζιά τροφίμων που λειτουργούν σε επίπεδο γειτονιάς, μιας και η δράση απευθύνεται σε επίπεδο γειτονιάς, δηλαδή σε ένα μπακάλικο, σε ένα οπωροπωλείο, σε ένα κρεοπωλείο και σε ένα ιχθυοπωλείο. Ωστόσο, τίθεται ζήτημα για το αν και

κατά πόσο υπάρχει η δυνατότητα να μαγειρέψει ο αποδέκτης προϊόντα όπως ψάρια ή κρέας, οπότε και προτιμάται κάποιο έτοιμο προϊόν προς κατανάλωση.

4) Διαχείριση χρημάτων / λογιστική: οι εναλλακτικές επιλογές είναι: α) έκπτωση 30-50%, β) συγκεκριμένο ποσό (1,5 - 2€), γ) χρήματα στο ταμείο-απόδειξη μετά, δ) χρήματα στο ταμείο - απόδειξη κατά την προσφορά. Σχετικά με το ποσό που καταβάλλει ο προσφέροντας στη δράση, προαπαιτούμενο από τους διοργανωτές της δράσης είναι το να γίνεται έκπτωση στην τιμή του καφέ που προσφέρεται. Από κει και πέρα, τα καταστήματα προτιμούν την τακτική του να ορίζουν ένα συγκεκριμένο ποσό προσφοράς, που να καλύπτει το κόστος των καφέδων που προσφέρονται στους αποδέκτες, προτιμώντας το μέσο όρο της τιμής των καφέδων που προσφέρει το μαγαζί, ώστε να καλύπτεται η διαφορά τιμής όταν προσφέρονται ακριβοί ή φθινοί καφέδες. Το μεγάλο πρόβλημα της δράσης είναι η διαχείριση των αποδείξεων. Απόδειξη κόβεται σε κάθε περίπτωση για τον καφέ που περιμένει, αλλά το πρόβλημα είναι στο αν θα κοπεί κατά την προσφορά του προσφέροντα ή κατά την προσφορά στον αποδέκτη. Στην περίπτωση που η απόδειξη κοπεί κατά την προσφορά του προσφέροντα και αξιοποιηθεί κατά την προσφορά του αποδέκτη, δημιουργείται λογιστικό πρόβλημα, διότι αξιοποιείται μια απόδειξη ετεροχρονισμένα. Αυτό αποτελεί λογιστικό παράπτωμα, και σε περίπτωση φορολογικού ελέγχου μπορεί να επιβληθεί πρόστιμο στον καταστηματάρχη. Συγκεκριμένη λύση για το πρόβλημα δεν υπάρχει. Οπότε ορισμένα καταστήματα προτιμούν να βάζουν τα χρήματα στο ταμείο κατά την προσφορά του προσφέροντα, και κόβουν την απόδειξη κατά την προσφορά στον αποδέκτη. Όσοι επιθυμούν και κόβουν την απόδειξη κατά την προσφορά του προσφέροντα, έρχονται σε συνεννόηση με το λογιστή τους, είτε βάζουν μια σφραγίδα πίσω από την απόδειξη με την ένδειξη «για καφέ που περιμένει». Ωστόσο, επαφίεται στην ευαισθησία του ελεγκτή κατά το φορολογικό έλεγχο το κατά πόσο θα ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι οι αποδείξεις σχετίζονται με τη δράση «ένας καφές που περιμένει». Η όποια επιλογή για το ζήτημα της διαχείρισης των αποδείξεων, επηρεάζει και τον τρόπο γνωστοποίησης του αποθέματος καφέδων, όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Σε περίπτωση που η απόδειξη κόβεται εκ των υστέρων, υπάρχει η επιλογή τα χρήματα να μαζεύονται σε ένα συγκεκριμένο σημείο, οπότε η συναλλαγή του κερασμένου καφέ να γίνεται και χρηματικά κατά την προσφορά.

5) Καθορισμός ωραρίου δράσης: η εναλλακτική επιλογή είναι: οποιαδήποτε στιγμή στο ωράριο καταστήματος. Η συγκεκριμένη παράμετρος έχει εναλλακτικές επιλογές ανάλογα με το ωράριο του κάθε καταστήματος, το οποίο ενδέχεται να διαφέρει. Ως πρόσθετη επιλογή θα μπορούσε να προστεθεί η συγκεκριμένη στιγμή στο ωράριο του καταστήματος, δηλαδή ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα μέσα στη μέρα. Ωστόσο, η συγκεκριμένη επιλογή θα περιόριζε τη διεξαγωγή της δράσης.

6) Ορισμός προσφερόντων: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής: α) πελάτης, β) καταστηματάρχη, και γ) πελάτης χωρίς αγορά καφέ. Οι παραπάνω επιλογές καλύπτουν το εύρος των μελών που μπορούν να συμμετέχουν στη δράση, καθώς ο συμμετέχοντας ως προσφέροντας (εκτός του καταστηματάρχη) μπορεί είτε να αγοράσει κάτι από το κατάστημα, είτε απλά να προσφέρει έναν κερασμένο καφέ για τη δράση. Η περίπτωση του καταστηματάρχη ισχύει ανάλογα το κατάστημα και την ευαισθησία του καταστηματάρχη, καθώς οι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν πως σε ορισμένες περιπτώσεις μη ύπαρξης καφέδων στην «κάβα», προτίθενται να προσφέρουν έναν αριθμό καφέδων, χωρίς ωστόσο να μπορούν να τρέξουν τη δράση βασιζόμενοι μόνο στη δική τους προσφορά. Οπότε η βάση των προσφερόντων είναι κυρίως οι πελάτες, είτε αγοράζουν κάτι από το κατάστημα, είτε όχι.

7) Ορισμός αποδεκτών: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής: α) οποιοσδήποτε, β) άνεργοι, γ) άστεγοι, δ) φοιτητές, ε) άτομα με οικονομική δυσχέρεια. Στη συγκεκριμένη παράμετρο, η εναλλακτική επιλογή «οποιοσδήποτε» καλύπτει το εύρος των πιθανών αποδεκτών. Ωστόσο, οι πιο συγκεκριμένες επιλογές που δόθηκαν από τους ερωτηθέντες καλύπτουν σε ένα βαθμό τη διευκρίνιση της επιλογής «οποιοσδήποτε».

8) Πιστοποίηση αποδεκτών: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής: α) κανένας έλεγχος, β) κάρτα ανεργίας, γ) διαισθητικά (με την εμπειρία του καταστηματάρχη). Συγκριτικά με τον ορισμό των αποδεκτών της δράσης, στις πιθανές επιλογές πιστοποίησης αποδεκτών μπορούν να μπουν: α) φοιτητική ταυτότητα, για πιστοποίηση φοιτητών, και β) βιβλιάριο απορίας, για πιστοποίηση ατόμων με οικονομική δυσχέρεια. Όμως, η πιστοποίηση των αποδεκτών είναι ένα ζητούμενο που δεν τίθεται επίσημα από τους διοργανωτές της δράσης, αλλά αυτοβούλως από τους καταστηματάρχες.

Κατόπιν αυτής της ανάπτυξης των πιθανών επιλογών, οι πιθανές επιλογές διαμορφώνονται εκ νέου ως εξής:

1) γνωστοποίηση της δράσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- γωνία δράσης σε εμφανές σημείο</li> <li>- αυτοκόλλητο (σε εμφανές σημείο)</li> <li>- αφίσα</li> <li>- ενημερωτικά φυλλάδια</li> <li>- αυτοσχέδιο banner</li> </ul>
2) γνωστοποίηση του αποθέματος	<ul style="list-style-type: none"> <li>- μαυροπίνακας</li> <li>- πίνακας με σχοινάκια και μανταλάκια</li> <li>- πίνακας με φελλό</li> <li>- πίνακας με αποδείξεις</li> <li>- γυάλα (με χαρτάκια ευχών)</li> <li>- τετράδιο</li> <li>- κόλλημα αποδείξεων σε εμφανή «γωνιά της δράσης»</li> </ul>
3) περιεχόμενο της δράσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- όλα τα είδη καφέ</li> <li>- χυμοί/ροφήματα</li> <li>- όχι αλκοόλ ή οτιδήποτε προκαλεί εθισμό</li> <li>- είδη πρώτης ανάγκης</li> <li>- ψωμί</li> <li>- αρτοσκευάσματα</li> <li>- μεζές</li> <li>- μερίδα φαγητού</li> <li>- τρόφιμα με άμεση ημερομηνία λήξης</li> <li>- ρούχα</li> <li>- προϊόντα μπακάλικου</li> <li>- φρούτα</li> </ul>
4) διαχείριση χρημάτων / λογιστική	<ul style="list-style-type: none"> <li>- έκπτωση 30-50%</li> <li>- συγκεκριμένο ποσό (1,5 - 2€)</li> <li>- χρήματα στο ταμείο - απόδειξη μετά</li> <li>- χρήματα στο ταμείο - απόδειξη κατά την</li> </ul>

	<p>προσφορά</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- χρήματα σε κάποιο μέρος - απόδειξη κατά την προσφορά</li> </ul>
5) καθορισμός ωραρίου δράσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- οποιαδήποτε στιγμή-ωράριο καταστήματος (ανάλογα το κατάστημα)</li> <li>- συγκεκριμένο χρονικό διάστημα εντός του ωραρίου καταστήματος</li> </ul>
6) ορισμός προσφερόντων	<ul style="list-style-type: none"> <li>- πελάτης</li> <li>- καταστηματάρχης</li> <li>- προσφέροντας χωρίς αγορά καφέ</li> </ul>
7) ορισμός αποδεκτών	<ul style="list-style-type: none"> <li>- οποιοσδήποτε</li> <li>- άνεργοι</li> <li>- άστεγοι</li> <li>- φοιτητές</li> <li>- άτομα με οικονομική δυσχέρεια</li> </ul>
8) πιστοποίηση αποδεκτών	<ul style="list-style-type: none"> <li>- κανένας έλεγχος</li> <li>- κάρτα ανεργίας</li> <li>- διαισθητικά (με την εμπειρία του καταστηματάρχη)</li> <li>- φοιτητική ταυτότητα</li> <li>- βιβλιάριο απορίας</li> </ul>

**Πίνακας 7:** Τελική ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

#### 4.8 Στάδιο 7: παρουσίαση του συνολικού σπόρου της δράσης «Ένας καφές που περιμένει»

Με βάση την περιγραφή της δράσης, όπως παρατίθεται στο προηγούμενο κεφάλαιο, αλλά και όσα ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι, η δράση «Ένας καφές που περιμένει» αναλύεται στα εξής βήματα, που ακολουθούν τη χρονική αλληλουχία διεξαγωγής της δράσης:

- Βήμα 1: γνωστοποίηση της δράσης: η σήμανση της δράσης στο κατάστημα, ώστε να γνωστοποιείται στους συμμετέχοντες,
- Βήμα 2: προσφορά του προσφέροντα: η προσφορά για τον κερασμένο καφέ,
- Βήμα 3: αποδοχή της προσφοράς από τον καταστηματάρχη: ο καταστηματάρχης αποδέχεται τον κερασμένο καφέ και διαχειρίζεται τα χρήματα,
- Βήμα 4: σημείωση της προσφοράς: ο καταστηματάρχης σημειώνει τη διαθεσιμότητα του κερασμένου καφέ,
- Βήμα 5: αποδοχή της προσφοράς από τον αποδέκτη: ο αποδέκτης της δράσης παραλαμβάνει τον κερασμένο καφέ,
- Βήμα 6: έλεγχος του αποδέκτη: ο καταστηματάρχης ελέγχει ή όχι τον αποδέκτη αν δικαιούται κερασμένο καφέ
- Βήμα 7: (σε περίπτωση που ο καταστηματάρχης κόβει την απόδειξη εκ των υστέρων) κόψιμο απόδειξης: ο καταστηματάρχης κόβει την απόδειξη για την προσφορά του καφέ στον αποδέκτη.

Καθένα από τα παραπάνω βήματα μπορεί να αναλυθεί περαιτέρω, με την αξιοποίηση του μηχανισμού Five Ws and one H, με βάση τις απαντήσεις που μπορούν να δοθούν σε έξι ερευνητικά ερωτήματα. Τα ερωτήματα είναι τα εξής:

- ποιος
- κάνει τι
- πού
- πότε
- για ποιο σκοπό
- με ποιον τρόπο

Ακολουθεί η ανάλυση κάθε βήματος, με βάση τα συγκεκριμένα ερωτήματα:

*Βήμα 1: γνωστοποίηση της δράσης*

**Ποιος:** Ο καταστηματάρχης

**Κάνει τι:** γνωστοποιεί τη δράση

**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** όταν μπει στο δίκτυο του καφέ

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να γίνει γνωστή στον κόσμο η δράση

**Με ποιον τρόπο:** φτιάχνοντας μια γωνιά δράσης σε εμφανές σημείο

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Ποιος:* μπορεί να είναι ο καταστηματάρχης, αλλά μπορεί να είναι και κάποιος υπάλληλος του καταστήματος,
- *Με ποιον τρόπο:* εκτός από τη γωνιά δράσης σε εμφανές σημείο, η γνωστοποίηση της δράσης μπορεί να γίνει με αυτοκόλλητο σε εμφανές σημείο, με αφίσα, με ενημερωτικό φυλλάδιο, με αυτοσχέδιο banner ή με όλους τους παραπάνω τρόπους.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 1 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 1: γνωστοποίηση της δράσης</i>	
Ποιός	Ο καταστηματάρχης Ο υπάλληλος του καταστήματος
Κάνει τι	γνωστοποιεί τη δράση
Πού	στο κατάστημα
Πότε	όταν μπει στο δίκτυο του καφέ
Για ποιο σκοπό	ώστε να γίνει γνωστή στον κόσμο η δράση
Με ποιόν τρόπο	φτιάχνοντας μια γωνιά δράσης σε εμφανές σημείο κολλώντας ένα αυτοκόλλητο της δράσης σε εμφανές σημείο κολλώντας μια αφίσα της δράσης σε εμφανές σημείο βάζοντας ενημερωτικά φυλλάδια της δράσης σε εμφανές σημείο κρεμώντας αυτοσχέδιο banner σε εμφανές σημείο

**Πίνακας 8:** Πιθανές εκδοχές βήματος 1 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

*Βήμα 2: προσφορά του προσφέροντα*

**Ποιος:** Ο πελάτης

**Κάνει τι:** προσφέρει έναν κερασμένο καφέ



**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** αφού πιεί τον καφέ του

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να κεράσει έναν καφέ

**Με ποιον τρόπο:** πληρώνοντας έναν δεύτερο καφέ με έκπτωση

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- **Ποιος:** μπορεί να είναι ο πελάτης, αλλά μπορεί να είναι και ο καταστηματάρχης, σε περίπτωση που δεν υπάρχουν διαθέσιμοι καφέδες και θέλει να κεράσει κάποιον που τον έχει ανάγκη,
- **Πότε:** μπορεί ο πελάτης να πιεί έναν καφέ, αλλά δεν είναι απαραίτητο να αγοράσει κάτι, ώστε να συμμετέχει στη δράση. Οπότε κάποιος μπορεί ως πελάτης να πληρώσει απλά έναν κερασμένο καφέ, χωρίς να κάνει κάποια αγορά στο κατάστημα,
- **Με ποιον τρόπο:** εκτός από το να πληρώσει έναν δεύτερο καφέ με έκπτωση, υπάρχει και το ενδεχόμενο να πληρώσει τον δεύτερο καφέ με ένα συγκεκριμένο ποσό, οριζόμενο από το κατάστημα.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 2 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 2: προσφορά του προσφέροντα</i>	
Ποιός	Ο πελάτης Ο καταστηματάρχης
Κάνει τι	προσφέρει έναν κερασμένο καφέ
Πού	στο κατάστημα
Πότε	αφού πιεί τον καφέ του χωρίς να έχει αγοράσει κάτι από το κατάστημα
Για ποιο σκοπό	ώστε να κεράσει έναν καφέ
Με ποιόν τρόπο	πληρώνοντας έναν δεύτερο καφέ με έκπτωση πληρώνοντας έναν δεύτερο καφέ με ένα συγκεκριμένο ποσό

**Πίνακας 9:** Πιθανές εκδοχές βήματος 2 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

*Βήμα 3: αποδοχή της προσφοράς από τον καταστηματάρχη*

**Ποιος:** Ο καταστηματάρχης

**Κάνει τι:** αποδέχεται την προσφορά για τον κερασμένο καφέ

**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** αφού δώσει ο πελάτης το αντίστοιχο αντίτιμο

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να κεράσει έναν καφέ

**Με ποιον τρόπο:** βάζοντας τα χρήματα στο ταμείο και κόβοντας απόδειξη

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Ποιος:* μπορεί να είναι ο καταστηματάρχης, αλλά μπορεί να είναι και κάποιος υπάλληλος του καταστήματος,
- *Με ποιον τρόπο:* στο συγκεκριμένο ερώτημα τίθεται το ζητούμενο της λογιστικής διαχείρισης της δράσης. Εκτός από το να βάλει τα χρήματα στο ταμείο και να κόψει την απόδειξη εκείνη τη στιγμή, ο καταστηματάρχης ή ο υπάλληλος μπορεί να βάλει τα χρήματα στο ταμείο και να κόψει την απόδειξη μετά, ή να βάλει τα χρήματα σε κάποιο μέρος και να κόψει την απόδειξη μετά.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 3 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 3: αποδοχή της προσφοράς από τον καταστηματάρχη</i>	
Ποιός	Ο καταστηματάρχης Ο υπάλληλος του καταστήματος
Κάνει τι	αποδέχεται την προσφορά για τον κερασμένο καφέ
Πού	στο κατάστημα
Πότε	αφού δώσει ο πελάτης το αντίστοιχο αντίτιμο
Για ποιο σκοπό	ώστε να κεράσει έναν καφέ
Με ποιόν τρόπο	βάζοντας τα χρήματα στο ταμείο και κόβοντας απόδειξη βάζοντας τα χρήματα στο ταμείο, χωρίς να κόψει απόδειξη βάζοντας τα χρήματα σε ένα μέρος, χωρίς να κόψει απόδειξη

**Πίνακας 10:** Πιθανές εκδοχές βήματος 3 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

*Βήμα 4: σημείωση της προσφοράς*

Το 4<sup>ο</sup> βήμα της δράσης εξαρτάται άμεσα από τον τρόπο διαχείρισης του λογιστικού ζητήματος του κοψίματος απόδειξης. Οπότε και υπάρχουν δύο εκδοχές:

4α: σημείωση της προσφοράς (με κόψιμο απόδειξης)

**Ποιος:** Ο καταστηματάρχης

**Κάνει τι:** σημειώνει τον κερασμένο καφέ

**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** αφού ολοκληρωθεί η αποδοχή της προσφοράς

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να γνωρίζει τη διαθεσιμότητα των κερασμένων καφέδων

**Με ποιον τρόπο:** κολλώντας την απόδειξη στον πίνακα

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- **Ποιος:** μπορεί να είναι ο καταστηματάρχης, αλλά μπορεί να είναι και κάποιος υπάλληλος του καταστήματος,
- **Με ποιον τρόπο:** σε αυτό το βήμα, η σήμανση της διαθεσιμότητας βασίζεται στη διαχείριση της απόδειξης, οπότε οι πιθανές εναλλακτικές επιλογές είναι: το κρέμασμα της απόδειξης σε πίνακα με σχοινάκια και μανταλάκια, το καρφίτσωμα της απόδειξης σε πίνακα με φελλό, η τοποθέτηση της απόδειξης σε γυάλα και το κόλλημα της απόδειξης σε εμφανή «γωνιά της δράσης». Ωστόσο, ο καταστηματάρχης μπορεί να αξιοποιήσει και την περίπτωση του μαυροπίνακα ή του τετραδίου, για να σημειώσει τη διαθεσιμότητα του καφέ, για μεγαλύτερη σαφήνεια της διαθεσιμότητας, στην περίπτωση του μαυροπίνακα.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 4α είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 4α: σημείωση της προσφοράς (με κόψιμο απόδειξης)</i>	
Ποιός	Ο καταστηματάρχης Ο υπάλληλος του καταστήματος
Κάνει τι	σημειώνει τον κερασμένο καφέ
Πού	στο κατάστημα
Πότε	αφού ολοκληρωθεί η αποδοχή της προσφοράς
Για ποιο σκοπό	ώστε να γνωρίζει τη διαθεσιμότητα των κερασμένων καφέδων
Με ποιόν τρόπο	κολλώντας την απόδειξη στον πίνακα κρεμώντας την απόδειξη στον πίνακα με τα σχοινάκια καρφιτσώνοντας την απόδειξη στον πίνακα με το φελλό τοποθετώντας την απόδειξη σε γυάλα κολλώντας την απόδειξη στη γωνιά της δράσης (ένα από τα παραπάνω) και σημειώνοντας τον καφέ στο μαυροπίνακα (ένα από τα παραπάνω) και σημειώνοντας τον καφέ στο τετράδιο

**Πίνακας 11:** Πιθανές εκδοχές βήματος 4α της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

4β: σημείωση της προσφοράς (χωρίς κόψιμο απόδειξης)

**Ποιος:** Ο καταστηματάρχης

**Κάνει τι:** σημειώνει τον κερασμένο καφέ

**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** αφού ολοκληρωθεί η αποδοχή της προσφοράς

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να γνωρίζει τη διαθεσιμότητα των κερασμένων καφέδων

**Με ποιον τρόπο:** σημειώνοντας τον καφέ στο μαυροπίνακα

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Ποιος*: μπορεί να είναι ο καταστηματάρχης, αλλά μπορεί να είναι και κάποιος υπάλληλος του καταστήματος,
- *Με ποιον τρόπο*: από τη στιγμή που δεν υπάρχει απόδειξη, η σημείωση είναι είτε αριθμητική, με τη σημείωση ενός καφέ στο μαυροπίνακα ή στο τετράδιο, είτε λεκτική, με τη διαχείριση ενός χαρτιού ευχής, την οποία γράφει ο προσφέροντας. Το χαρτί της ευχής μπορεί να κρεμαστεί, όπως η απόδειξη, σε πίνακα με σχοινάκια και μανταλάκια ή σε πίνακα με φελλό, αλλά και να μπει μέσα σε γυάλα.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 4β είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 4β: σημείωση της προσφοράς (χωρίς κόψιμο απόδειξης)</i>	
Ποιός	Ο καταστηματάρχης Ο υπάλληλος του καταστήματος
Κάνει τι	σημειώνει τον κερασμένο καφέ
Πού	στο κατάστημα
Πότε	αφού ολοκληρωθεί η αποδοχή της προσφοράς
Για ποιο σκοπό	ώστε να γνωρίζει τη διαθεσιμότητα των κερασμένων καφέδων
Με ποιόν τρόπο	σημειώνοντας τον καφέ στο μαυροπίνακα σημειώνοντας τον καφέ στο τετράδιο κρεμώντας το χαρτί της ευχής στον πίνακα με τα σχοινάκια καρφιτσώνοντας το χαρτί της ευχής στον πίνακα με το φελλό τοποθετώντας το χαρτί της ευχής σε γυάλα

**Πίνακας 12:** Πιθανές εκδοχές βήματος 4β της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

*Βήμα 5:* αποδοχή της προσφοράς από τον αποδέκτη

***Ποιος:*** Ο αποδέκτης

***Κάνει τι:*** αποδέχεται την προσφορά για τον κερασμένο καφέ

***Πού:*** στο κατάστημα

***Πότε:*** οποιαδήποτε στιγμή στο ωράριο του καταστήματος

***Για ποιο σκοπό:*** ώστε να μπορέσει να πιεί έναν καφέ

**Με ποιον τρόπο:** ζητώντας από τον καταστηματάρχη έναν καφέ

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Ποιος:* το ζητούμενο σε αυτό το βήμα είναι ο αποδέκτης. Οπότε και οι πιθανές εναλλακτικές επιλογές βασίζονται στο ποιος είναι ο αποδέκτης που προσέρχεται στο κατάστημα, ελέγχει τη διαθεσιμότητα καφέ και ζητάει από τον καταστηματάρχη τον καφέ. Μπορεί να είναι οποιοσδήποτε, αλλά πιο συγκεκριμένα, μπορεί να είναι άνεργος, άστεγος, φοιτητής ή άτομο με οικονομική δυσχέρεια,
- *Πότε:* μπορεί οποιαδήποτε στιγμή στη μέρα, αλλά μπορεί και σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στο ωράριο του καταστήματος
- *Με ποιον τρόπο:* εκτός του καταστηματάρχη, καφέ μπορεί να ζητήσει ο αποδέκτης και από έναν υπάλληλο του καταστήματος.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 5 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 5: αποδοχή της προσφοράς από τον αποδέκτη</i>	
Ποιός	Ο οποιοσδήποτε Ένας άνεργος Ένας άστεγος Ένας φοιτητής Ένα άτομο με οικονομική δυσχέρεια
Κάνει τι	αποδέχεται την προσφορά για τον κερασμένο καφέ
Πού	στο κατάστημα
Πότε	οποιαδήποτε στιγμή στο ωράριο του καταστήματος σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στο ωράριο του καταστήματος
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσει να πιεί έναν καφέ
Με ποιόν τρόπο	ζητώντας από τον καταστηματάρχη έναν καφέ ζητώντας από τον υπάλληλο του καταστήματος έναν καφέ

**Πίνακας 13:** Πιθανές εκδοχές βήματος 5 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

### *Βήμα 6: έλεγχος του αποδέκτη*

Το βήμα 6 της δράσης είναι προαιρετικό, σε περίπτωση που ο καταστηματάρχης ελέγχει τον αποδέκτη, ώστε να μη γίνεται κατάχρηση της δράσης. Οι διοργανωτές της δράσης δεν επικροτούν τη συγκεκριμένη κίνηση, ισχυριζόμενοι ότι ο οποιοσδήποτε μπορεί να γίνεται αποδέκτης της δράσης.

**Ποιος:** Ο καταστηματάρχης

**Κάνει τι:** ελέγχει τον αποδέκτη

**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** κατά την προσφορά του καφέ

**Για ποιο σκοπό:** για να επιβεβαιώσει ότι δικαιούται τον καφέ

**Με ποιον τρόπο:** ζητώντας από τον αποδέκτη μια κάρτα ανεργίας

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Ποιος:* μπορεί να είναι ο καταστηματάρχης, αλλά μπορεί να είναι και κάποιος υπάλληλος του καταστήματος,
- *Με ποιον τρόπο:* ανάλογα τον αποδέκτη, ο καταστηματάρχης ή ο υπάλληλος του καταστήματος μπορεί να ζητήσει κάρτα ανεργίας (για έναν άνεργο), φοιτητική ταυτότητα (για έναν φοιτητή), βιβλιάριο απορίας (για έναν άνθρωπο με οικονομική δυσχέρεια) ή απλά διαισθητικά, με την εμπειρία του, να αποφασίσει αν θα κεράσει τον καφέ.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 6 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 6: έλεγχος του αποδέκτη</i>	
Ποιός	Ο καταστηματάρχης Ο υπάλληλος του καταστήματος
Κάνει τι	ελέγχει τον αποδέκτη
Πού	στο κατάστημα
Πότε	κατά την προσφορά του καφέ
Για ποιο σκοπό	για να επιβεβαιώσει ότι δικαιούται τον καφέ

Με ποιόν τρόπο	ζητώντας από τον αποδέκτη μια κάρτα ανεργίας ζητώντας από τον αποδέκτη μια φοιτητική ταυτότητα ζητώντας από τον αποδέκτη ένα βιβλιάριο απορίας εξετάζοντας διαισθητικά, με την εμπειρία του, τον αποδέκτη
----------------	--

**Πίνακας 14:** Πιθανές εκδοχές βήματος 6 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

*Βήμα 7: κόψιμο απόδειξης*

Το βήμα 7 ισχύει στην περίπτωση που ο καταστηματάρχης στο βήμα 3 δεν κόβει απόδειξη.

**Ποιος:** Ο καταστηματάρχης

**Κάνει τι:** ολοκληρώνει την προσφορά

**Πού:** στο κατάστημα

**Πότε:** κατά την προσφορά του καφέ

**Για ποιο σκοπό:** για φορολογικούς λόγους

**Με ποιον τρόπο:** κόβοντας την απόδειξη του καφέ

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Ποιος:* μπορεί να είναι ο καταστηματάρχης, αλλά μπορεί να είναι και κάποιος υπάλληλος του καταστήματος.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 7 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 7: κόψιμο απόδειξης</i>	
Ποιός	Ο καταστηματάρχης Ο υπάλληλος του καταστήματος
Κάνει τι	ολοκληρώνει την προσφορά
Πού	στο κατάστημα
Πότε	κατά την προσφορά του καφέ
Για ποιο σκοπό	για φορολογικούς λόγους

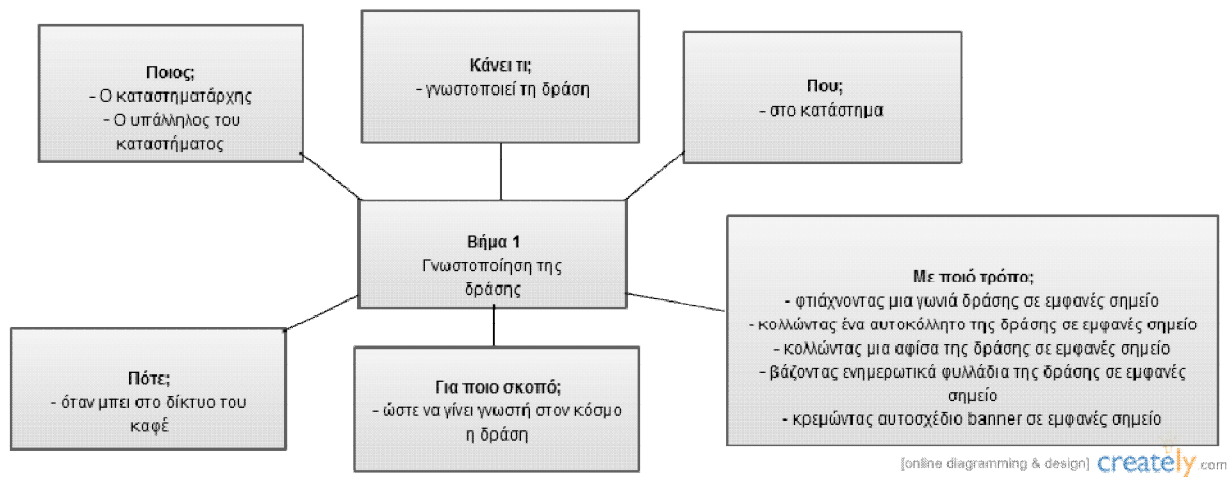


**Πίνακας 15:** Πιθανές εκδοχές βήματος 7 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

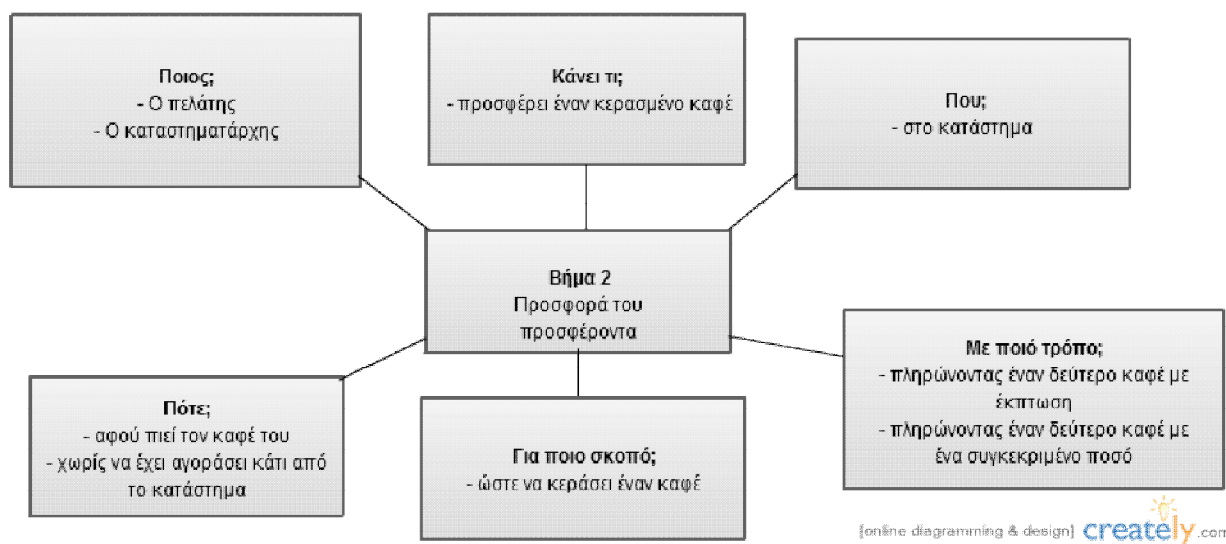
Η ανάλυση των βημάτων της δράσης, καθώς επίσης και οι πιθανές εκδοχές των βημάτων, ανάλογα με τις εναλλακτικές επιλογές ανά παράμετρο, δίνουν ένα σπόρο Νο1 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει». Εάν ληφθεί υπόψη και η πιθανή διεύρυνση του περιεχομένου της δράσης με τις εξής επιλογές, όπως αυτές διαμορφώθηκαν στο βήμα 7 της ανάλυσης / σποροποίησης, δηλαδή: χυμοί/ροφήματα, όχι αλκοόλ ή οτιδήποτε προκαλεί εθισμό, είδη πρώτης ανάγκης, ψωμί, αρτοσκευάσματα, μεζές, μερίδα φαγητού, τρόφιμα με άμεση ημερομηνία λήξης, ρούχα, προϊόντα μπακάλικου και φρούτα, τότε γίνεται φανερό το τοπίο στο οποίο μπορεί να ευδοκιμήσει ο σπόρος της δράσης. Ωστόσο, για να μπορέσει να γίνει υλοποιήσιμος ο σπόρος, κρίνεται απαραίτητο να τεθεί υπό διαβούλευση, προκειμένου να εξεταστούν τυχόν περιορισμοί ή προβλήματα στις παραπάνω πιθανές επιλογές διεύρυνσης του περιεχομένου της δράσης. Κατόπιν διαβούλευσης, η οποία μπορεί να ακολουθήσει την παραπάνω διαδικασία, η δράση καταλήγει σε ένα σπόρο Νο2, ο οποίος μπορεί να αξιοποιηθεί και να «καρπίσει».

#### 4.9 Στάδιο 8: οπτικοποίηση του συνολικού σπόρου της δράσης «Ένας καφές που περιμένει»

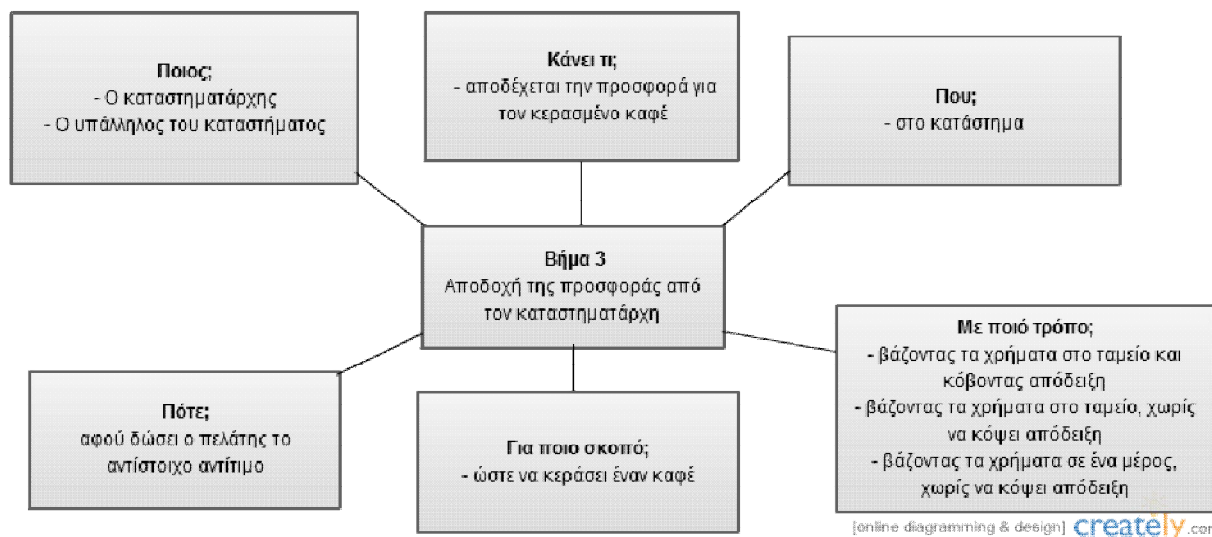
Αφού ολοκληρώθηκε η αποδόμηση και η ανάλυση της δράσης «Ένας καφές που περιμένει», και δημιουργήθηκε ο σπόρος της δράσης, είναι σημαντική η παρουσίαση του σπόρου με μια σαφέστερη οπτικοποίηση. Έτσι, με έμπνευση το διάγραμμα της σελίδας Six Sigma (Mahalik, 2010) σχετικά με την οπτικοποίηση της τεχνικής 5Ws and 1H, ακολουθούν τα σχετικά διαγράμματα που αφορούν τα βήματα 1 έως 7 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει» και αντιστοιχούν στους πίνακες 8 έως 15. Τα διαγράμματα αυτά βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση του σπόρου, καθώς επίσης λειτουργούν ως βάση για τη διαβούλευση και την περαιτέρω διεύρυνση του σπόρου.



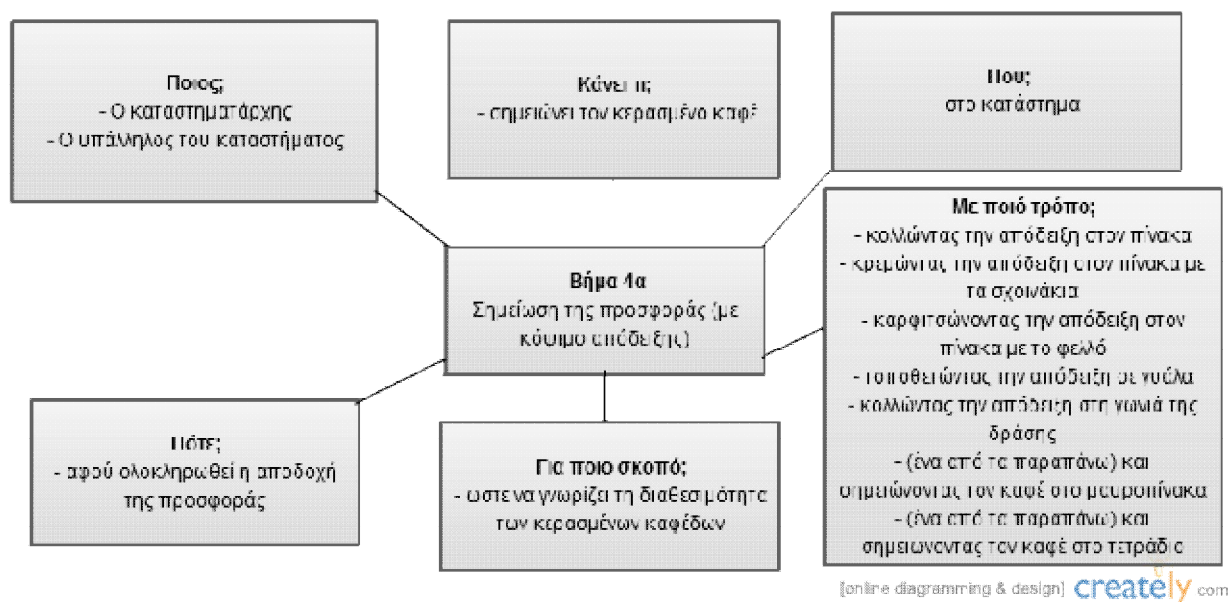
**Διάγραμμα 1:** Οπτικοποίηση βήματος 1 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



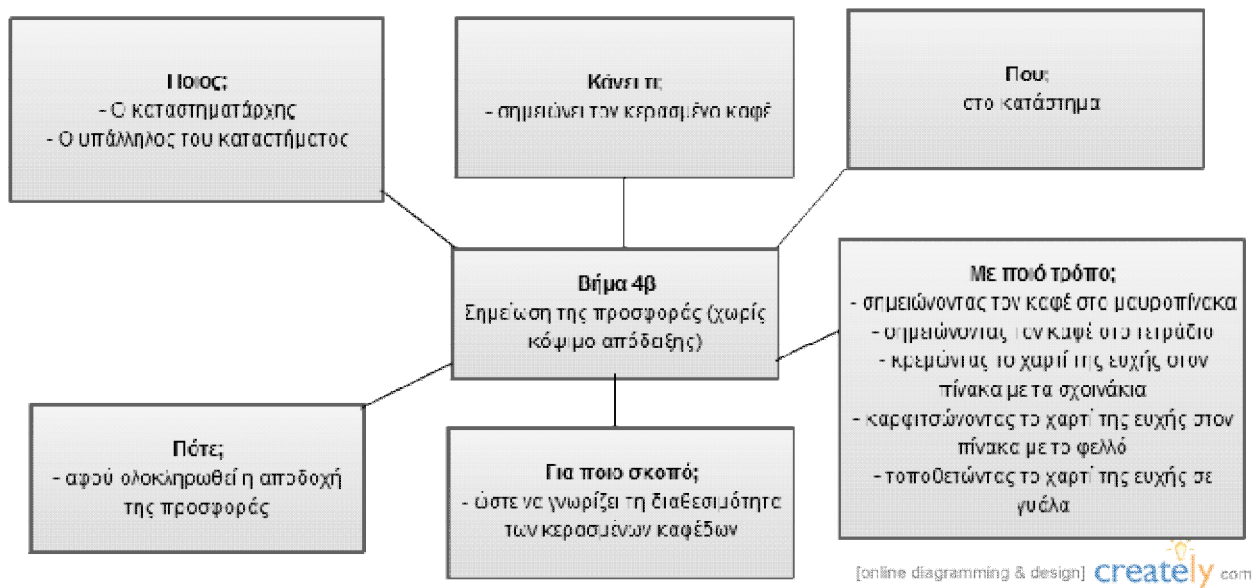
**Διάγραμμα 2:** Οπτικοποίηση βήματος 2 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



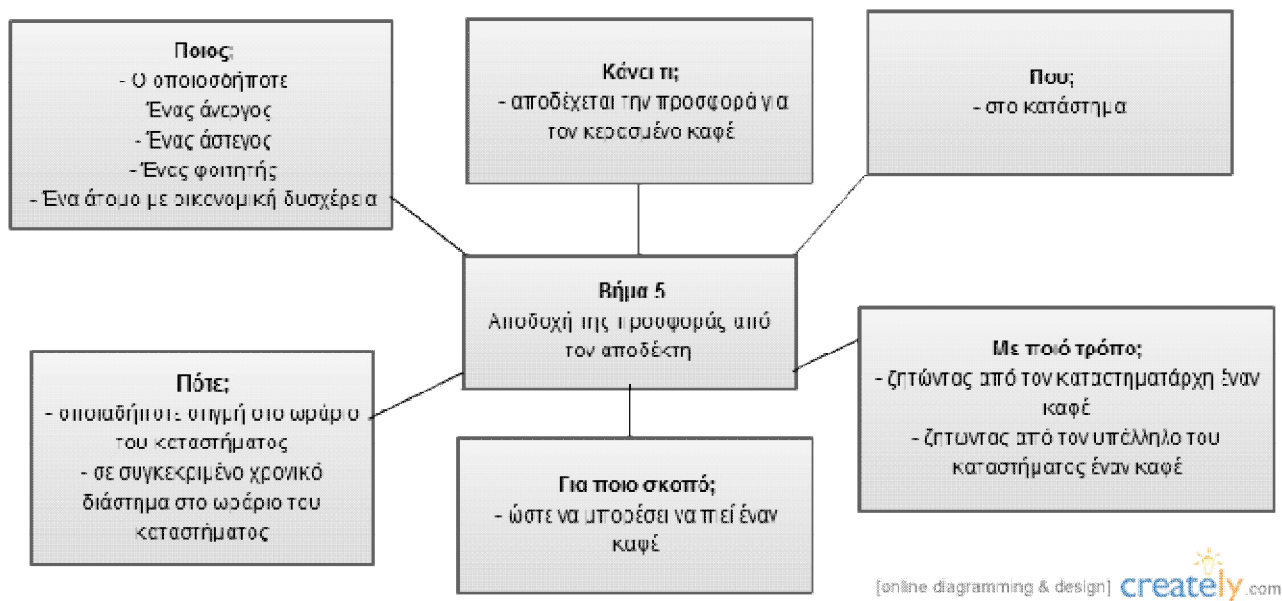
**Διάγραμμα 3:** Οπτικοποίηση βήματος 3 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



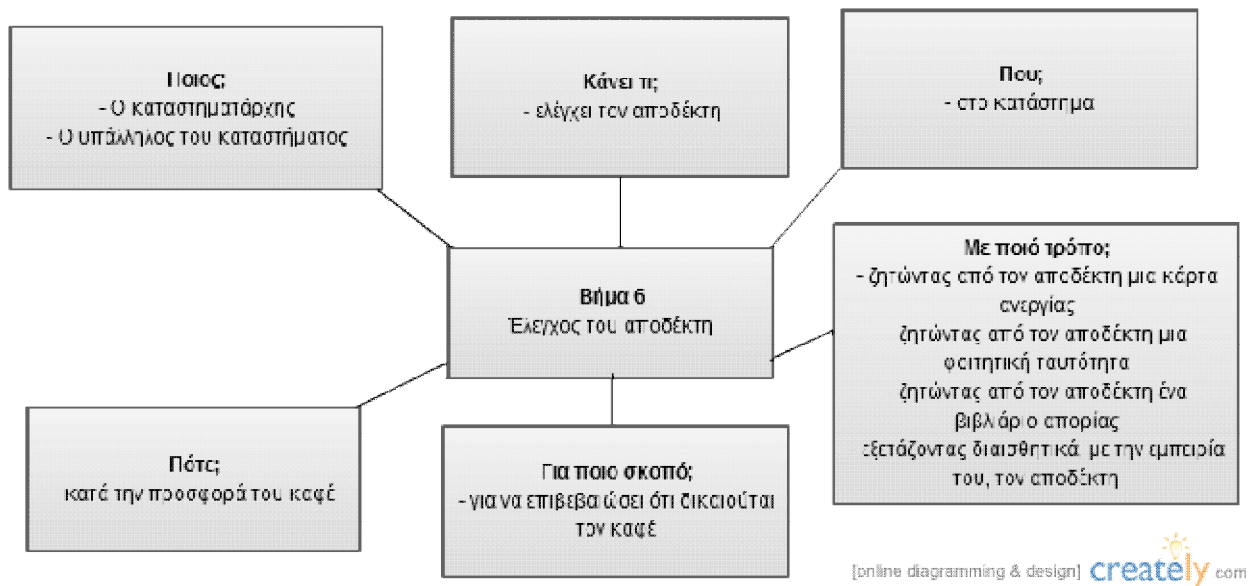
**Διάγραμμα 4:** Οπτικοποίηση βήματος 4a της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



**Διάγραμμα 5:** Οπτικοποίηση βήματος 4β της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



**Διάγραμμα 6:** Οπτικοποίηση βήματος 5 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



**Διάγραμμα 7:** Οπτικοποίηση βήματος 6 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».



**Διάγραμμα 8:** Οπτικοποίηση βήματος 7 της δράσης «Ένας καφές που περιμένει».

## 5. Ανάλυση / σποροποίηση της δράσης «Book4book»

### 5.1 Στάδιο 1: διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης

Μια πρώτη συλλογή δεδομένων σχετικά με τη δράση και τον τρόπο λειτουργίας της έγινε με τη σχετική αναζήτηση στο διαδίκτυο, στην οποία συγκεντρώθηκαν άρθρα και συνεντεύξεις, ώστε να σχηματιστεί μια πρώτη εικόνα για τη δράση και τον τρόπο λειτουργίας της, όπως περιγράφεται στη σχετική ενότητα του κεφαλαίου 3. Όμως, προκειμένου να γίνει μια ολοκληρωμένη ανάλυση της δράσης, ήταν απαραίτητη η διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους διαχειριστές της δράσης, ούτως ώστε να συλλεχθούν περισσότερα και πιο λεπτομερή στοιχεία για τον τρόπο διεξαγωγής και λειτουργίας της δράσης.

Οι δημιουργοί και διαχειριστές της δράσης, όπως αναφέρθηκε και στο σχετικό κεφάλαιο περιγραφής της δράσης, είναι η ερευνητική ομάδα του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, υπό την εποπτεία της καθηγήτριας Ντόρας Βαρβαρίγου, σε μια ιδέα των Κάσση και Σωτήρη Παπασωτηρίου. Μετά από προσέγγιση της ερευνητικής ομάδας, ήταν εφικτή η διεξαγωγή συνεντεύξεων με δύο από τα μέλη της ερευνητικής ομάδας, τον Κ. Τ. και τον Φ. Α., που δηλώνουν υπεύθυνοι της δράσης «Book4book». Το πλήρες κείμενο των συνεντεύξεων παρατίθεται στο σχετικό παράρτημα, στο τέλος της εργασίας.

Οι δύο συνεντεύξεις που εκπονήθηκαν ήταν ημιδομημένες, με τρεις βασικούς θεματικούς άξονες:

- περιγραφή του τρόπου λειτουργίας (μηχανισμός) της δράσης
- αναφορά στα προβλήματα ή τις πρακτικές δυσκολίες που έχουν αντιμετωπιστεί κατά τη διεξαγωγή της δράσης
- πιθανές περιπτώσεις γενίκευσης της δράσης

Οι συνεντευξιαζόμενοι αναφέρθηκαν στην ιδέα πίσω από τη δράση, καθώς βασικό κίνητρο δημιουργίας της δράσης ήταν η ασυμμετρία πληροφορίας στα σχολικά βιβλία, όπου αφενός στην αρχή της σχολικής χρονιάς υπάρχουν περιπτώσεις έλλειψης σχολικών βιβλίων, ενώ στο τέλος της σχολικής χρονιάς υπάρχει πληθώρα βιβλίων που δε χρησιμοποιούνται, επειδή οι μαθητές πηγαίνουν σε μεγαλύτερη τάξη την επόμενη χρονιά. Με αφετηρία αυτή την ιδέα, έγινε μια περιγραφή του τρόπου

λειτουργίας της δράσης, των δυσκολιών που αντιμετωπίστηκαν, καθώς επίσης και μια αναφορά στις πιθανές περιπτώσεις γενίκευσης της δράσης.

## 5.2 Στάδιο 2: αναγνώριση των οντοτήτων που θέτουν τους κανόνες της δράσης

Για να είναι πλήρης η αποδόμηση της δράσης, ως προς τις πτυχές της, είναι σημαντικό να προσεγγιστούν όλοι όσοι διαμορφώνουν, με τους κανόνες που θέτουν, τη δράση, ούτως ώστε να είναι ευκρινής ο μηχανισμός της δράσης, αλλά και οι δυνατότητες παραμετροποίησής της. Για να γίνει η προσέγγιση αυτή, πρέπει πρώτα να αναγνωριστούν οι οντότητες που θέτουν τους κανόνες της δράσης. Στη δράση «Book4book» υπάρχουν δύο βασικά εμπλεκόμενα μέλη:

- οι δημιουργοί της πλατφόρμας, οι οποίοι δίνουν το μηχανισμό, μέσα στον οποίο διεξάγεται η δράση σε επίπεδο συνεννόησης και οργάνωσης, και
- οι συμμετέχοντες, είτε είναι προσφέροντες, είτε είναι αποδέκτες.

Σε αυτό το πλαίσιο, αυτοί που θέτουν τους κανόνες και καθορίζουν τη διεξαγωγή της δράσης είναι οι δημιουργοί της πλατφόρμας. Οι συμμετέχοντες στην πλατφόρμα δεν έχουν την ελευθερία να παραμετροποιήσουν την πλατφόρμα, και άρα τη διεξαγωγή της δράσης. Απλώς αξιοποιούν την πλατφόρμα. Οπότε, σε επίπεδο οργάνωσης της δράσης, τους κανόνες τους θέτουν οι δημιουργοί της πλατφόρμας. Ωστόσο, σε επίπεδο ανταλλαγής, τους κανόνες μπορούν να τους θέσουν οι συμμετέχοντες, αλλά σύμφωνα με τις συμβουλές που τους δίνουν οι δημιουργοί της πλατφόρμας (όπως, για παράδειγμα, τα στοιχεία που πρέπει να καταχωρήσουν για τη δημιουργία ενός event ανταλλαγής βιβλίων). Γι' αυτό το λόγο, ο βαθμός ελευθερίας των συμμετεχόντων για την οργάνωση και τη διεξαγωγή ενός event έγκειται σε ζητήματα ορισμού της κατάλληλης ημερομηνίας, ώρας και μέρους, καθώς επίσης και στον αριθμό των ατόμων που θα προσέλθουν στο event, δηλαδή σε ζητήματα που δεν επηρεάζουν άμεσα το μηχανισμό της δράσης. Έτσι, από τη στιγμή που έχουν συλλεχθεί δεδομένα από την οντότητα που καθορίζει τους κανόνες της δράσης, δηλαδή τους διαχειριστές της πλατφόρμας, η έρευνα μπορεί να προχωρήσει σε ανάλυση της δράσης.

### 5.3 Στάδιο 3: αναγνώριση των ζητημάτων/παραμέτρων της δράσης

Ο τρόπος διεξαγωγής της δράσης, όπως αναφέρθηκε στην αντίστοιχη ενότητα του τρίτου κεφαλαίου, και παρατίθεται εκ νέου εδώ, είναι ο εξής:

ένας χρήστης μπαίνει στην πλατφόρμα και κάνει εγγραφή. Μετά τη δημιουργία προφίλ, ο χρήστης έχει πρόσβαση σε μια πλατφόρμα (bulletin board), όπου με τη βοήθεια φίλτρων μπορεί να ενημερωθεί για την προσφορά και τη ζήτηση βιβλίων, ανάλογα με το μάθημα, την τάξη ή την περιοχή. Κατόπιν, μπορεί να καταχωρήσει στην πλατφόρμα ποια βιβλία διαθέτει προς ανταλλαγή ή ποια βιβλία αναζητά, ώστε είτε να βοηθήσει άλλους χρήστες, είτε να βρει αυτό που ψάχνει. Ακόμη, στη σελίδα υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας group, για άμεση επικοινωνία των χρηστών που ψάχνουν ή διαθέτουν συγκεκριμένα βιβλία. Εάν οι χρήστες βρουν αυτό που ψάχνουν, πατάνε το σχετικό κουμπί «Με ενδιαφέρει», ώστε να ειδοποιηθεί το άτομο που διαθέτει το βιβλίο, μέσω e-mail, και να μπορέσουν να έρθουν σε επαφή οι χρήστες. Αφού οι χρήστες έρθουν σε επαφή, διοργανώνουν ένα event, στο οποίο θα ανταλλάξουν δια ζώσης τα βιβλία τους. Για το event ορίζουν ένα συγκεκριμένο χώρο, σε δημόσια τοποθεσία, μια συγκεκριμένη ημέρα και ώρα, αλλά και ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα που θα γίνει η ανταλλαγή. Σε ένα event μπορεί να δηλώσει συμμετοχή ο οποιοσδήποτε ενδιαφέρεται να ανταλλάξει τα βιβλία του, οπότε μπορεί να γίνει ανταλλαγή μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων σε ένα event. Δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες κατά την ανταλλαγή, ούτε κάποιος περιορισμός στην προσφορά ή τη ζήτηση των βιβλίων (στον αριθμό των βιβλίων που απαιτείται κάποιος να προσφέρει ή να λάβει).

Αποδομώντας την παραπάνω περιγραφή της δράσης, και με βάση όσα αναφέρθηκαν από τους διαχειριστές της, ανιχνεύονται συγκεκριμένα ζητήματα/παράμετροι, τα οποία μπορούν να έχουν περισσότερες από μία επιλογές/ενδεχόμενα, διαμορφώνοντας με διαφορετικό τρόπο τη δράση. Τα ζητήματα/παράμετροι που ανιχνεύτηκαν, κατά την ανάλυση, είναι τα ακόλουθα:

- 1) στοιχεία δημιουργίας λογαριασμού: τι στοιχεία απαιτεί η πλατφόρμα να καταχωρήσει ο χρήστης, προκειμένου να δημιουργήσει λογαριασμό,
- 2) αναζήτηση προσφοράς/ζήτησης: πώς μπορεί ο χρήστης να αναζητήσει τις διαθέσιμες καταχωρήσεις σχετικά με την προσφορά ή ζήτηση των βιβλίων,



- 3) δήλωση προσφοράς/ζήτησης: πώς μπορεί ο χρήστης να καταχωρήσει στην πλατφόρμα ότι προσφέρει ή αναζητά κάποιο βιβλίο,
- 4) δήλωση ενδιαφέροντος (για προσφορά/ζήτηση): πώς μπορεί ο χρήστης να ειδοποιήσει έναν άλλον χρήστη ότι ενδιαφέρεται να λάβει το βιβλίο που προσφέρει ή να προσφέρει το βιβλίο που αναζητά,
- 5) επικοινωνία των ενδιαφερόντων: με ποιο τρόπο μπορούν οι ενδιαφερόμενοι για ανταλλαγή να επικοινωνήσουν, ώστε να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή,
- 6) δημιουργία event: τι στοιχεία απαιτούνται για να δημιουργηθεί ένα event ανταλλαγής βιβλίων,
- 7) αριθμός συμμετεχόντων event: πόσοι μπορούν να συμμετέχουν σε ένα event ανταλλαγής βιβλίων,
- 8) αντικείμενα προς ανταλλαγή: πόσα αντικείμενα μπορούν να ανταλλάξουν οι συμμετέχοντες, αν υπάρχει περιορισμός ή ισορροπία στον αριθμό βιβλίων προσφοράς ή αποδοχής (όσα δίνει ο συμμετέχοντας, τόσα παίρνει), και
- 9) περιεχόμενο της δράσης: τι είδους βιβλία μπορούν να συμμετέχουν στη δράση.

#### 5.4 Στάδιο 4: αποδελτίωση των συνεντεύξεων, ως προς τα ζητήματα/παραμέτρους της δράσης

Με βάση την παραπάνω λίστα παραμέτρων που ανιχνεύτηκαν κατά την εξέταση των συνεντεύξεων, ακολουθεί η επιγραμματική αποδελτίωση αυτών, υπό μορφή πινάκων.

<i>Κ. Τ. (υπεύθυνος δράσης «Book4book»)</i>	
1) στοιχεία δημιουργίας λογαριασμού	username, password, email, ευρύτερη τοποθεσία
2) αναζήτηση προσφοράς/ζήτησης	bulletin board με φίλτρα, λίστα βιβλίων
3) δήλωση προσφοράς/ζήτησης	bulletin board με φίλτρα
4) δήλωση ενδιαφέροντος	μέσω οργάνωσης event
5) επικοινωνία των ενδιαφερόντων	μέσω οργάνωσης event, σχόλια στη σελίδα
6) δημιουργία event	τοποθεσία, ημερομηνία, ώρα
7) αριθμός συμμετεχόντων event	τουλάχιστον 2, όσοι επιθυμούν

8) αντικείμενα προς ανταλλαγή	-
9) περιεχόμενο της δράσης	σχολικά βιβλία

**Πίνακας 16:** Αποδελτίωση συνέντευξης Κ. Τ., υπεύθυνου δράσης «Book4book»

<i>Φ. Α. (υπεύθυνος δράσης «Book4book»)</i>	
1) στοιχεία δημιουργίας λογαριασμού	username, ευρύτερη περιοχή
2) αναζήτηση προσφοράς/ζήτησης	φίλτρα τάξης και τοποθεσίας, γκρουπ χρηστών
3) δήλωση προσφοράς/ζήτησης	φίλτρα τάξης και τοποθεσίας, γκρουπ χρηστών
4) δήλωση ενδιαφέροντος	κουμπί «μ' ενδιαφέρει», αποστολή email
5) επικοινωνία των ενδιαφερόντων	αποστολή email, δημιουργία event, γκρουπ χρηστών
6) δημιουργία event	είδος βιβλίων προς ανταλλαγή, τοποθεσία, ημέρα, ώρα
7) αριθμός συμμετεχόντων event	ατομική ή μαζική ανταλλαγή, τουλάχιστον δύο ή περισσότερα άτομα
8) αντικείμενα προς ανταλλαγή	χωρίς περιορισμό
9) περιεχόμενο της δράσης	σχολικά βιβλία

**Πίνακας 17:** Αποδελτίωση συνέντευξης Φ. Α., υπεύθυνου δράσης «Book4book»

### 5.5 Στάδιο 5: ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο

Μετά την αποδελτίωση των συνεντεύξεων, διαμορφώνεται μια εικόνα των δυνατών επιλογών/περιπτώσεων ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης. Στον παρακάτω πίνακα, συνοψίζονται οι επιλογές που ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι ανά παράμετρο:

1) στοιχεία δημιουργίας λογαριασμού	<ul style="list-style-type: none"> <li>- username</li> <li>- password</li> <li>- email</li> <li>- ευρύτερη περιοχή</li> </ul>
2) αναζήτηση προσφοράς/ζήτησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bulletin board με φίλτρα</li> <li>- λίστα βιβλίων</li> <li>- φίλτρα τάξης και τοποθεσίας</li> <li>- γκρουπ χρηστών</li> </ul>
3) δήλωση προσφοράς/ζήτησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bulletin board με φίλτρα</li> <li>- φίλτρα τάξης και τοποθεσίας</li> <li>- γκρουπ χρηστών</li> </ul>
4) δήλωση ενδιαφέροντος	<ul style="list-style-type: none"> <li>- μέσω οργάνωσης event</li> <li>- κουμπί «μ' ενδιαφέρει»</li> <li>- αποστολή email</li> </ul>
5) επικοινωνία των ενδιαφερόντων	<ul style="list-style-type: none"> <li>- μέσω οργάνωσης event</li> <li>- σχόλια στη σελίδα</li> <li>- αποστολή email</li> <li>- γκρουπ χρηστών</li> </ul>
6) δημιουργία event	<ul style="list-style-type: none"> <li>- τοποθεσία</li> <li>- ημερομηνία</li> <li>- ώρα</li> <li>- είδος βιβλίων προς ανταλλαγή</li> </ul>
7) αριθμός συμμετεχόντων event	<ul style="list-style-type: none"> <li>- τουλάχιστον δύο άτομα (ατομική ανταλλαγή)</li> <li>- περισσότερα άτομα (μαζική ανταλλαγή)</li> </ul>
8) αντικείμενα προς ανταλλαγή	<ul style="list-style-type: none"> <li>- χωρίς περιορισμό</li> </ul>
9) περιεχόμενο της δράσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- σχολικά βιβλία</li> </ul>

**Πίνακας 18:** Ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Book4book».

## 5.6 Στάδιο 6: ανάπτυξη εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο

Επανεξετάζοντας την ομαδοποίηση των παραπάνω εναλλακτικών επιλογών, παρατηρούνται ορισμένοι περιορισμοί, με βάση τα αναφέρθηκαν από τους συνεντευξιαζόμενους, που μπορούν να περιορίσουν τις δυνατές εναλλακτικές επιλογές ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης, καθώς επίσης και περαιτέρω πιθανές επιλογές που δεν αναφέρθηκαν, αλλά που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην οργάνωση και τη διεξαγωγή της δράσης. Ακόμη, υπάρχουν δυνατότητες διεύρυνσης της δράσης, ειδικότερα σχετικά με το περιεχόμενο της δράσης, που αναφέρθηκαν από τους συνεντευξιαζόμενους, αλλά και που προκύπτουν από τις σχετικές αναφορές. Έτσι, εξετάζοντας τους περιορισμούς και τις γενικεύσεις της δράσης, με βάση τα όσα ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι, και κάνοντας υποθέσεις για πιθανές επιπλέον εναλλακτικές επιλογές, ακολουθεί μια ανάπτυξη των εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα, και κατά πόσο μπορούν ή όχι να διευρυνθούν οι σχετικές επιλογές:

- 1) στοιχεία δημιουργίας λογαριασμού: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής:
  - α) username, β) password, γ) email, δ) ευρύτερη περιοχή. Σχετικά με τη δημιουργία λογαριασμού σε μια σελίδα, οι επιλογές username, password και email θεωρούνται απαραίτητες, ως ελάχιστες απαιτούμενες. Ωστόσο, για τη διευκόλυνση της αναζήτησης και της οργάνωσης event σε τοποθεσία που να βολεύει τους χρήστες της πλατφόρμας, έχει προστεθεί η επιλογή της ευρύτερης περιοχής του χρήστη. Βέβαια, οι δημιουργοί της σελίδας προειδοποιούν ότι αναγνωρίζουν ως τοποθεσία μια ευρύτερη περιοχή, και όχι μια συγκεκριμένη διεύθυνση, για λόγους ασφαλείας, ειδικότερα όταν την πλατφόρμα τη χρησιμοποιούν παιδιά για να ανταλλάξουν τα σχολικά τους βιβλία. Άρα, η οποιαδήποτε πληροφορία μπορεί να εκθέσει τους χρήστες δεν υπολογίζεται σαν επιλογή, όπως δηλαδή η ηλικία ή κάποιος αριθμός τηλεφώνου, οπότε οι συγκεκριμένες επιλογές παραμένουν ως έχουν.
- 2) αναζήτηση προσφοράς/ζήτησης: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής:
  - α) bulletin board με φίλτρα, β) λίστα βιβλίων, γ) φίλτρα τάξης και τοποθεσίας, και δ) γκρουπ χρηστών. Η βασική λειτουργία της σελίδας είναι ένα bulletin board με φίλτρα που μπορεί να αξιοποιήσει ο χρήστης για να φιλτράρει την πληροφορία που θέλει και να καταλήξει σε αυτό που αναζητά. Τα συγκεκριμένα φίλτρα, όπως δήλωσαν οι δημιουργοί της σελίδας, βασίζονται

στο φιλτράρισμα τάξεων και τοποθεσίας, δηλαδή ο χρήστης μπορεί να διαλέξει να αναζητήσει είτε μέσα από μια λίστα τάξεων, είτε μέσα από ένα χάρτη με pins, τα βιβλία που προσφέρονται ή ζητούνται. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα, σε περίπτωση συχνών αναζητήσεων ή προσφορών, να δημιουργηθεί ομάδα χρηστών, οι οποίοι να συνεννοούνται άμεσα, με σχόλια εντός της ομάδας για την προσφορά ή τη ζήτηση συγκεκριμένων βιβλίων. Μια επιλογή που μπορεί να προστεθεί στα φίλτρα είναι και η κατηγορία των βιβλίων ή το αντίστοιχο μάθημα, ανεξάρτητα από τις τάξεις, ούτως ώστε να διευκολυνθεί η εύρεση εγχειριδίων ενός συγκεκριμένου μαθήματος. Τέλος, η απλούστερη λειτουργία αναζήτησης σε οποιαδήποτε σελίδα είναι η μπάρα αναζήτησης.

- 3) δήλωση προσφοράς/ζήτησης: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής:
  - α) bulletin board με φίλτρα, β) φίλτρα τάξης και τοποθεσίας, και γ) γκρουπ χρηστών. Όπως και στο ζήτημα 2, τη βάση της σελίδας αποτελεί το bulletin board. Οπότε, οι πιθανές επιλογές διεύρυνσης του ζητήματος αυτού βασίζονται στα φίλτρα που μπορούν να προστεθούν στο bulletin board της δράσης. Έτσι, όπως και στο προηγούμενο ζήτημα, μπορούν ως επιλογές να προστεθούν: α) η συγκεκριμένη λίστα βιβλίων, και β) το φίλτρο μαθήματος.
  
- 4) δήλωση ενδιαφέροντος: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής: α) μέσω οργάνωσης event, β) κουμπί «μ' ενδιαφέρει», και γ) μέσω email. Η δήλωση ενδιαφέροντος για ένα βιβλίο γίνεται σε περίπτωση που κάποιος χρήστης βρει κάποιον χρήστη είτε να αναζητά ένα βιβλίο που διαθέτει, είτε να διαθέτει ένα βιβλίο που αναζητά ο χρήστης. Η οργάνωση event μπορεί να είναι ένας τρόπος να υποδηλώσει κάποιος το ενδιαφέρον του, αλλά είναι περισσότερο άμεσος ο τρόπος του πατήματος του σχετικού κουμπιού «μ' ενδιαφέρει», που ειδοποιεί το χρήστη για τον ενδιαφερόμενο για την προσφορά ή τη ζήτηση του αντίστοιχου βιβλίου. Μετά το πάτημα του σχετικού κουμπιού, υπάρχει η επιλογή αποστολής email, αλλά θα μπορούσε να θεωρηθεί ως πιθανή γενίκευση αυτού του βήματος: α) το σχόλιο στην ανάρτηση της προσφοράς/ζήτησης, ή β) το σχόλιο στο γκρουπ χρηστών, όπου δηλώνεται η προσφορά/ζήτηση. Βέβαια, εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο έφτασαν

στη σχετική ανάρτηση προσφοράς/ζήτησης (μέσω του bulletin board ή του γκρουπ χρηστών).

- 5) επικοινωνία των ενδιαφερόντων: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής:
- α) μέσω οργάνωσης event, β) σχόλια στη σελίδα, γ) αποστολή email, και
  - δ) γκρουπ χρηστών. Κατά παρόμοιο τρόπο με το ζήτημα 4, η επικοινωνία των ενδιαφερόντων μπορεί να ενορχηστρωθεί από τις δυνατότητες που προσφέρει η πλατφόρμα, όπως η διοργάνωση κάποιου event, τα σχόλια στη σχετική ανάρτηση ή στο γκρουπ χρηστών, καθώς επίσης και εκτός πλατφόρμας, μέσω email. Βέβαια, ο προτεινόμενος τρόπος είναι μέσω της οργάνωσης του event, καθώς επίσης και μέσω των σχολίων στην πλατφόρμα, καθώς στην περίπτωση του email μπορεί να τεθεί ζήτημα επικινδυνότητας στο πώς μπορεί να εξελιχθεί η επικοινωνία των εμπλεκόμενων χρηστών. Οπότε οι πιθανές επιλογές περιορίζονται από τις δυνατότητες της πλατφόρμας στις εξής παραπάνω, ενώ για λόγους ασφαλείας δεν προτείνονται διάυλοι άμεσης επικοινωνίας, όπως το τηλέφωνο.
- 6) δημιουργία event: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής: α) τοποθεσία, β) ημερομηνία, γ) ώρα, δ) είδος βιβλίων προς ανταλλαγή. Κατά τη δημιουργία event, οι συμμετέχοντες ορίζουν τις τρεις επιλογές που θέτει η πλατφόρμα, όπως η τοποθεσία, η ημερομηνία και η ώρα, δηλαδή η χρονική στιγμή που θα λάβει χώρα το event. Ωστόσο, η τέταρτη επιλογή αποτελεί καθαρά επιλογή των συμμετεχόντων στο event. Ως προς αυτό το κομμάτι, οι συμμετέχοντες είναι αυτοί που ορίζουν είτε το πότε και πού μπορούν να κάνουν το event, είτε το ποια βιβλία θα συμμετέχουν στην ανταλλαγή. Ως επιπρόσθετη επιλογή, μπορούν να ορίσουν τον αριθμό των ατόμων που θα συμμετέχουν στο event, στέλνοντας πρόσκληση στους ενδιαφερόμενους που επιθυμούν, ή αφήνοντας ανοιχτή τη συμμετοχή σε όποιον επιθυμεί.
- 7) αριθμός συμμετεχόντων στο event: οι εναλλακτικές επιλογές είναι οι εξής:
- α) τουλάχιστον δύο άτομα (ατομική ανταλλαγή), και β) περισσότερα άτομα (μαζική ανταλλαγή). Όπως αναφέρθηκε στο ζήτημα 6, η επιλογή των συμμετεχόντων στο event εξαρτάται από τους χρήστες που δημιουργούν το event. Για να διεξαχθεί ένα event απαιτούνται τουλάχιστον δύο χρήστες, αλλά

μπορούν, ανάλογα με το πώς διαμορφώνουν το event οι δημιουργοί του, να γίνουν και μαζικές ανταλλαγές, μεταξύ περισσότερων χρηστών. Οπότε, οι δύο αυτές επιλογές καλύπτουν την παράμετρο του αριθμού συμμετεχόντων.

8) αντικείμενα προς ανταλλαγή: η εναλλακτική επιλογή είναι η εξής: χωρίς περιορισμό. Η παράμετρος αυτή αναφέρεται στον αριθμό βιβλίων που ανταλλάσσονται στο πλαίσιο της δράσης. Μέχρι στιγμής, δεν υπάρχει κάποιος επίσημος περιορισμός στη δράση, και ο κάθε χρήστης μπορεί να προσφέρει ή να λάβει όσα βιβλία επιθυμεί. Ωστόσο, όπως δήλωσαν οι δημιουργοί της σελίδας, το πλήθος ζήτησης και λήψης βιβλίων είναι μεγαλύτερο από το πλήθος της προσφοράς, δηλαδή οι χρήστες προτιμούν περισσότερο να παίρνουν, παρά να δίνουν τα βιβλία τους. Οπότε, σαν μια πιθανή λύση μελλοντικά σκέφτονται την εισαγωγή κάποιου point system, όπου θα γίνεται μια καταγραφή της προσφοράς και της ζήτησης του χρήστη, ούτως ώστε για να μπορέσει να λαμβάνει βιβλία, θα πρέπει αντίστοιχα να έχει δώσει ορισμένα βιβλία, λαμβάνοντας, παράλληλα, και κάποια επιβράβευση από την πλατφόρμα, ανάλογα με το ποσοστό συμμετοχής του. Όμως, το πόσα βιβλία πρέπει να προσφέρει, ώστε να λάβει, δεν είναι καθορισμένο. Οπότε, ως επιπλέον επιλογή μπορεί να προστεθεί η επιλογή «ανάλογα με το point system», αφήνοντας ανοιχτό το ποσοστό προσφοράς και αποδοχής, καθώς επίσης και η επιλογή «με αναλογία ένα προς ένα», δηλαδή με έναν ίσο αριθμό βιβλίων προσφοράς και ζήτησης ανά χρήστη (να παίρνει τον αντίστοιχο αριθμό βιβλίων που προσφέρει κατά την ανταλλαγή στο event).

9) περιεχόμενο της δράσης: η εναλλακτική επιλογή είναι η εξής: σχολικά βιβλία. Στη συγκεκριμένη παράμετρο εδράζεται η δυνατότητα γενίκευσης της δράσης. Το αντικείμενο ανταλλαγής στην πλατφόρμα αποτελούν τα σχολικά βιβλία. Ωστόσο, η πλατφόρμα θα μπορούσε να αφορά, όπως δήλωσαν και οι συνεντευξιαζόμενοι, και ανταλλαγή βιβλίων γενικά. Μια πρώτη υλοποίηση της πλατφόρμας ανταλλαγής, γενικά για βιβλία, γίνεται στη Σρι Λάνκα, χωρίς να μπορεί, μέχρι στιγμής, να εξαχθεί κάποιο σαφές συμπέρασμα από τους διαχειριστές της πλατφόρμας, ως προς την επιτυχία της πλατφόρμας ή τα πιθανά προβλήματα που μπορεί να εμφανιστούν. Ένα σημαντικό ζήτημα στην ανταλλαγή βιβλίων, αλλά και γενικότερα σε αντικείμενα που αφορούν τον

πολιτισμό και τις τέχνες, η διαχείριση και η διεκδίκηση πνευματικών δικαιωμάτων. Ενδεχόμενη ανταλλαγή βιβλίων μπορεί να εγείρει ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας και διαφυγόντων κερδών από ορισμένους δημιουργούς, κάτι που μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη της πλατφόρμας. Σε περίπτωση που υπάρχει η σχετική σύμφωνη γνώμη των δημιουργών, ή η μη αντίδραση των δημιουργών σχετικά με την ανταλλαγή, η πλατφόρμα θα μπορούσε να αναπτυχθεί, εκτός από τα βιβλία γενικά, και σε είδη πολιτισμού και τεχνών, όπως, για παράδειγμα, CD/δίσκοι βινυλίου/κασέτες, βιντεοκασέτες/DVD, και περιοδικά/εφημερίδες. Ακόμη, οι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι η δράση, σαν μηχανισμός, μπορεί να λειτουργήσει ακόμη και για είδη, όπως ρούχα και παλιά αντικείμενα, με επιφύλαξη για την πιθανή φθορά που μπορεί να έχουν υποστεί τα αντικείμενα αυτά. Όμως, στην περίπτωση που η πλατφόρμα γενικευτεί και καλύψει όλες αυτές τις πιθανές γενικεύσεις ταυτόχρονα, τότε θα μετατραπεί απλά σε μια γενική πλατφόρμα ανταλλαγής. Οπότε, σε περίπτωση γενίκευσης, η πλατφόρμα, για να διατηρήσει το χαρακτήρα της, θα πρέπει να εστιάσει σε μια κατηγορία αντικειμένων προς ανταλλαγή. Έτσι: οι πιθανές επιλογές γενίκευσης του περιεχομένου της δράσης αναδιαμορφώνονται ως εξής: α) σχολικά βιβλία, β) βιβλία γενικά, γ) μουσική (CD/δίσκοι βινυλίου/κασέτες), δ) κινηματογράφος και τηλεοπτική παραγωγή (βιντεοκασέτες/DVD), ε) τύπος (περιοδικά/ εφημερίδες), στ) ρούχα, ζ) παλιά αντικείμενα.

Μετά από αυτή την ανάπτυξη των επιμέρους ζητημάτων/παραμέτρων, οι πιθανές επιλογές των ζητημάτων/παραμέτρων διαμορφώνονται εκ νέου ως εξής:

1) στοιχεία δημιουργίας λογαριασμού	<ul style="list-style-type: none"> <li>- username</li> <li>- password</li> <li>- email</li> <li>- ευρύτερη περιοχή</li> </ul>
2) αναζήτηση προσφοράς/ζήτησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bulletin board με φίλτρα</li> <li>- λίστα βιβλίων</li> <li>- φίλτρα τάξης</li> <li>- φίλτρα τοποθεσίας</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- φίλτρα μαθημάτων</li> <li>- γκρουπ χρηστών</li> <li>- μπάρα αναζήτησης</li> </ul>
3) δήλωση προσφοράς/ζήτησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bulletin board με φίλτρα</li> <li>- λίστα βιβλίων</li> <li>- φίλτρα τάξης</li> <li>- φίλτρα τοποθεσίας</li> <li>- φίλτρα μαθημάτων</li> <li>- γκρουπ χρηστών</li> </ul>
4) δήλωση ενδιαφέροντος	<ul style="list-style-type: none"> <li>- μέσω οργάνωσης event</li> <li>- κουμπί «μ' ενδιαφέρει»</li> <li>- αποστολή email</li> <li>- σχόλιο στην ανάρτηση</li> <li>- σχόλιο στο γκρουπ χρηστών</li> </ul>
5) επικοινωνία των ενδιαφερόντων	<ul style="list-style-type: none"> <li>- μέσω οργάνωσης event</li> <li>- σχόλια στη σελίδα</li> <li>- αποστολή email</li> <li>- γκρουπ χρηστών</li> </ul>
6) δημιουργία event	<ul style="list-style-type: none"> <li>- τοποθεσία</li> <li>- ημερομηνία</li> <li>- ώρα</li> <li>- είδος βιβλίων προς ανταλλαγή</li> <li>- αριθμός συμμετεχόντων event</li> </ul>
7) αριθμός συμμετεχόντων event	<ul style="list-style-type: none"> <li>- τουλάχιστον δύο άτομα (ατομική ανταλλαγή)</li> <li>- περισσότερα άτομα (μαζική ανταλλαγή)</li> </ul>
8) αντικείμενα προς ανταλλαγή	<ul style="list-style-type: none"> <li>- χωρίς περιορισμό</li> <li>- ανάλογα με το point system</li> <li>- με αναλογία ένα προς ένα</li> </ul>
9) περιεχόμενο της δράσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- σχολικά βιβλία</li> <li>- βιβλία γενικά</li> <li>- μουσική (CD/δίσκοι βινυλίου/κασέτες)</li> <li>- κινηματογράφος και τηλεοπτική παραγωγή</li> </ul>

	(βιντεοκασέτες/DVD) - τύπος (περιοδικά/ εφημερίδες) - ρούχα - παλιά αντικείμενα
--	--

**Πίνακας 19:** Τελική ομαδοποίηση εναλλακτικών επιλογών ανά ζήτημα/παράμετρο της δράσης «Book4book».

### 5.7 Στάδιο 7: παρουσίαση του συνολικού σπόρου της δράσης «Book4book»

Με βάση την περιγραφή της δράσης, όπως παρατίθεται στην αντίστοιχη ενότητα του κεφαλαίου 3, αλλά και όσα ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι, η δράση «Book4book» αναλύεται στα εξής βήματα, που ακολουθούν τη χρονική αλληλουχία διεξαγωγής της δράσης:

- Βήμα 1: εγγραφή στην πλατφόρμα: για να χρησιμοποιήσει ο χρήστης την πλατφόρμα θα πρέπει να ανοίξει ένα λογαριασμό χρήστη,
- Βήμα 2: αναζήτηση προσφοράς ή ζήτησης: μετά τη δημιουργία λογαριασμού, ο χρήστης αναζητά ποια βιβλία προσφέρονται ή/και ποια βιβλία ζητούνται,
- Βήμα 3: δήλωση προσφοράς ή ζήτησης: ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να προσθέσει στην πλατφόρμα το βιβλίο που αναζητά ή προσφέρει, ούτως ώστε να βρει αυτό που επιθυμεί ή να προσφέρει σε όποιον επιθυμεί,
- Βήμα 4: δήλωση ενδιαφέροντος για προσφορά ή ζήτηση: αφού ο χρήστης βρει κάποιον χρήστη που να προσφέρει αυτό που ψάχνει, ή να αναζητά αυτό που προσφέρει, δηλώνει το ενδιαφέρον του για την προσφορά ή τη ζήτηση, ούτως ώστε να έρθουν σε επαφή οι χρήστες,
- Βήμα 5: επικοινωνία ενδιαφερόντων για προσφορά ή ζήτηση: οι χρήστες έρχονται σε επαφή, προκειμένου να συνεννοηθούν τις λεπτομέρειες της ανταλλαγής,
- Βήμα 6: δημιουργία event ανταλλαγής βιβλίων: οι χρήστες δημιουργούν ένα event, ούτως ώστε να ανταλλάξουν δια ζώσης τα βιβλία τους, ορίζοντας τις λεπτομέρειες, ανάλογα με το πότε και πού μπορούν,
- Βήμα 7: εγγραφή στο event: οι χρήστες δηλώνουν συμμετοχή στο event, και

- Βήμα 8: διεξαγωγή event: οι χρήστες διεξάγουν το event και ανταλλάσσουν τα βιβλία τους.

Καθένα από τα παραπάνω βήματα μπορεί να αναλυθεί περαιτέρω, με την αξιοποίηση του μηχανισμού Five Ws and one H, με βάση τις απαντήσεις που μπορούν να δοθούν σε έξι ερευνητικά ερωτήματα. Τα ερωτήματα είναι τα εξής:

- ποιος
- κάνει τι
- πού
- πότε
- για ποιο σκοπό
- με ποιον τρόπο

Ακολουθεί η ανάλυση κάθε βήματος, με βάση τα συγκεκριμένα ερωτήματα:

*Βήμα 1: εγγραφή στην πλατφόρμα*

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** εγγράφεται στην πλατφόρμα

**Πού:** στην φόρμα εγγραφής

**Πότε:** όταν μπει στη σελίδα της πλατφόρμας

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της πλατφόρμας

**Με ποιον τρόπο:** δηλώνοντας το username του.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* εκτός από το username, ο χρήστης δηλώνει απαραίτητα κάποιο κωδικό πρόσβασης (password) για το λογαριασμό του και κάποια διεύθυνση email για επιβεβαίωση εγγραφής και για επικοινωνία, ενώ η πλατφόρμα ζητά από τους νέους χρήστες να δηλώσουν μια ευρύτερη τοποθεσία, κοντά στον τόπο διαμονής τους, ούτως ώστε να τους διευκολύνει

στην αναζήτηση βιβλίων, αλλά και να τους βοηθήσει να οργανώσουν ένα event ανταλλαγής βιβλίων σε μια κοντινή περιοχή.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 1 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 1: εγγραφή στην πλατφόρμα</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	εγγράφεται στην πλατφόρμα
Πού	στην φόρμα εγγραφής
Πότε	όταν μπει στη σελίδα της πλατφόρμας
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της πλατφόρμας
Με ποιόν τρόπο	δηλώνοντας το username του δηλώνοντας το password του δηλώνοντας τη διεύθυνση email του δηλώνοντας μια ευρύτερη περιοχή κοντά του

**Πίνακας 20:** Πιθανές εκδοχές βήματος 1 της δράσης «Book4book».

*Βήμα 2: αναζήτηση προσφοράς ή ζήτησης*

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** αναζητά τις καταχωρήσεις προσφοράς ή ζήτησης

**Πού:** στην πλατφόρμα

**Πότε:** όταν μπει στη σελίδα της πλατφόρμας

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορέσει να βρει ένα χρήστη που να προσφέρει ή ζητά αυτό που ψάχνει

**Με ποιον τρόπο:** αξιοποιώντας το bulletin board.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* το bulletin board αποτελεί τη βάση της πλατφόρμας. Ωστόσο, ο χρήστης μπορεί να αξιοποιήσει τα κατάλληλα φίλτρα, φιλτράροντας τις καταχωρήσεις ανά τάξη, τοποθεσία ή μάθημα. Ακόμη, μια επιπλέον επιλογή

είναι να αναζητήσει το βιβλίο που ψάχνει στη λίστα βιβλίων, είτε να δει τις καταχωρήσεις στα ειδικά γκρουπ χρηστών. Ο απλούστερος τρόπος είναι η αναζήτηση μέσω της μπάρας αναζήτησης.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 2 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 2: αναζήτηση προσφοράς ή ζήτησης</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	αναζητά τις καταχωρήσεις προσφοράς ή ζήτησης
Πού	στην πλατφόρμα
Πότε	όταν μπει στη σελίδα της πλατφόρμας
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσει να βρει ένα χρήστη που να προσφέρει ή ζητά αυτό που ψάχνει
Με ποιόν τρόπο	αξιοποιώντας το bulletin board αξιοποιώντας το φίλτρο τάξης του bulletin board αξιοποιώντας το φίλτρο τοποθεσίας του bulletin board αξιοποιώντας το φίλτρο μαθήματος του bulletin board αξιοποιώντας τη λίστα βιβλίων της πλατφόρμας ψάχνοντας τις καταχωρήσεις στα γκρουπ χρηστών αξιοποιώντας τη μπάρα αναζήτησης

**Πίνακας 21:** Πιθανές εκδοχές βήματος 2 της δράσης «Book4book».

*Βήμα 3: δήλωση προσφοράς ή ζήτησης*

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** δηλώνει εάν προσφέρει ή αναζητά ένα βιβλίο

**Πού:** στην πλατφόρμα

**Πότε:** όταν μπει στη σελίδα της πλατφόρμας

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορέσει να βρει ένα χρήστη που να προσφέρει ή ζητά αυτό που ψάχνει

**Με ποιον τρόπο:** κάνοντας καταχώρηση στο bulletin board.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* κατά παρόμοιο τρόπο με το βήμα 2, το bulletin board αποτελεί τη βάση της πλατφόρμας. Ωστόσο, ο χρήστης μπορεί να αξιοποιήσει τα κατάλληλα φίλτρα, κατηγοριοποιώντας την καταχώρησή του ανά τάξη, τοποθεσία ή μάθημα, για εύκολη αναζήτηση και εύρεση της καταχώρησης από τους άλλους χρήστες. Ακόμη, μια επιπλέον επιλογή είναι να καταχωρήσει το βιβλίο που προσφέρει ή αναζητά στα ειδικά γκρουπ χρηστών. Η καταχώρηση του χρήστη τοποθετεί το βιβλίο που προσφέρει ή αναζητά στη λίστα βιβλίων της σελίδας.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 3 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 3: δήλωση προσφοράς ή ζήτησης</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	δηλώνει εάν προσφέρει ή αναζητά ένα βιβλίο
Πού	στην πλατφόρμα
Πότε	όταν μπει στη σελίδα της πλατφόρμας
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσει να βρει ένα χρήστη που να προσφέρει ή ζητά αυτό που ψάχνει
Με ποιόν τρόπο	κάνοντας καταχώρηση στο bulletin board αξιοποιώντας το φίλτρο τάξης του bulletin board κατά την καταχώρηση αξιοποιώντας το φίλτρο τοποθεσίας του bulletin board κατά την καταχώρηση αξιοποιώντας το φίλτρο μαθήματος του bulletin board κατά την καταχώρηση αξιοποιώντας τη λίστα βιβλίων της πλατφόρμας κατά την καταχώρηση κάνοντας καταχώρηση στα γκρουπ χρηστών

**Πίνακας 22:** Πιθανές εκδοχές βήματος 3 της δράσης «Book4book».

#### *Βήμα 4: δήλωση ενδιαφέροντος για προσφορά ή ζήτηση*

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** δηλώνει το ενδιαφέρον του για κάποιο βιβλίο που προσφέρεται ή ζητείται

**Πού:** στην πλατφόρμα

**Πότε:** όταν βρει αυτό που ψάχνει

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορέσει να έρθει σε επαφή με το χρήστη και να το ανταλλάξει

**Με ποιον τρόπο:** διοργανώνοντας ένα event.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* Η διοργάνωση event είναι η βασική λειτουργία της πλατφόρμας για δήλωση ενδιαφέροντος και οργάνωση της ανταλλαγής βιβλίων. Ωστόσο, εκτός από την οργάνωση event, ο χρήστης μπορεί να δηλώσει το ενδιαφέρον του για το βιβλίο: είτε πατώντας το σχετικό κουμπί «μ' ενδιαφέρει» στην καταχώρηση της προσφοράς/ζήτησης, που ειδοποιεί το χρήστη της καταχώρησης, είτε στέλνοντας email στο χρήστη της καταχώρησης, είτε αφήνοντας σχόλιο στην καταχώρηση ή στο γκρουπ χρηστών, ανάλογα με το σημείο που έχει αναρτηθεί η καταχώρηση.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 4 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 4: δήλωση ενδιαφέροντος για προσφορά ή ζήτηση</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	δηλώνει το ενδιαφέρον του για κάποιο βιβλίο που προσφέρεται ή ζητείται
Πού	στην πλατφόρμα
Πότε	όταν βρει αυτό που ψάχνει
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσει να έρθει σε επαφή με το χρήστη και να το ανταλλάξει
Με ποιόν τρόπο	διοργανώνοντας ένα event

	πατώντας το κουμπί «μ' ενδιαφέρει» στέλνοντας email στο χρήστη της καταχώρησης αφήνοντας σχόλιο στην καταχώρηση αφήνοντας σχόλιο στο γκρουπ χρηστών
--	--

**Πίνακας 23:** Πιθανές εκδοχές βήματος 4 της δράσης «Book4book».

*Βήμα 5:* επικοινωνία ενδιαφερόντων για προσφορά ή ζήτηση

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** έρχεται σε επαφή με το χρήστη της καταχώρησης

**Πού:** στην πλατφόρμα

**Πότε:** αφότου δηλώσει το ενδιαφέρον του για την καταχώρηση

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορέσουν οι χρήστες να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή

**Με ποιον τρόπο:** διοργανώνοντας ένα event.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* Όπως και στο βήμα 4, η διοργάνωση event είναι η βασική λειτουργία της πλατφόρμας για δήλωση ενδιαφέροντος και οργάνωση της ανταλλαγής βιβλίων. Ωστόσο, εκτός από την οργάνωση event, ο χρήστης μπορεί να επικοινωνήσει με τον χρήστη της καταχώρησης είτε μέσω email, είτε μέσω των σχολίων στην καταχώρηση ή στο γκρουπ χρηστών, ανάλογα με το σημείο που έχει αναρτηθεί η καταχώρηση.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 5 είναι οι ακόλουθες:



<i>Βήμα 5: επικοινωνία ενδιαφερόντων για προσφορά ή ζήτηση</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	έρχεται σε επαφή με το χρήστη της καταχώρησης
Πού	στην πλατφόρμα
Πότε	αφότου δηλώσει το ενδιαφέρον του για την καταχώρηση
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσουν οι χρήστες να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή
Με ποιόν τρόπο	διοργανώνοντας ένα event στέλνοντας email στο χρήστη της καταχώρησης μέσω των σχολίων στην καταχώρηση μέσω των σχολίων στο γκρουπ χρηστών

**Πίνακας 24:** Πιθανές εκδοχές βήματος 5 της δράσης «Book4book».

*Βήμα 6: δημιουργία event ανταλλαγής βιβλίων*

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** δημιουργεί ένα event ανταλλαγής βιβλίων

**Πού:** στην πλατφόρμα

**Πότε:** αφότου συμφωνήσουν οι χρήστες για την ανταλλαγή

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορέσουν οι χρήστες να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή

**Με ποιον τρόπο:** καθορίζοντας την τοποθεσία που θα διεξαχθεί το event.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* εκτός από την τοποθεσία, απαιτούμενες πληροφορίες για τη δημιουργία event, κατόπιν συνεννοήσεως των χρηστών (όπως περιγράφεται στο βήμα 5), είναι και η ημερομηνία και η ώρα διεξαγωγής. Παράλληλα, οι χρήστες μπορεί μέσω της δημιουργίας event να καθορίσουν το είδος των βιβλίων προς ανταλλαγή, αλλά και τον αριθμό των συμμετεχόντων στο event, στέλνοντας προσκλήσεις ή αφήνοντας όποιον επιθυμεί να συμμετάσχει.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 6 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 6: δημιουργία event ανταλλαγής βιβλίων</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	δημιουργεί ένα event ανταλλαγής βιβλίων
Πού	στην πλατφόρμα
Πότε	αφότου συμφωνήσουν οι χρήστες για την ανταλλαγή
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσουν οι χρήστες να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή
Με ποιόν τρόπο	καθορίζοντας την τοποθεσία που θα διεξαχθεί το event καθορίζοντας την ημερομηνία που θα διεξαχθεί το event καθορίζοντας την ώρα που θα διεξαχθεί το event καθορίζοντας το είδος των βιβλίων προς ανταλλαγή στο event καθορίζοντας τον αριθμό συμμετεχόντων στο event, στέλνοντας προσκλήσεις σε αυτούς που επιθυμούν καθορίζοντας τον αριθμό συμμετεχόντων στο event, αφήνοντας ανοιχτή τη συμμετοχή στο event, για όποιον το επιθυμεί

**Πίνακας 25:** Πιθανές εκδοχές βήματος 6 της δράσης «Book4book».

*Βήμα 7: εγγραφή στο event*

**Ποιος:** Ο χρήστης

**Κάνει τι:** εγγράφεται στο event

**Πού:** στη σελίδα του event στην πλατφόρμα

**Πότε:** αφότου λάβει την πρόσκληση συμμετοχής

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να μπορέσει να παραβρεθεί στην ανταλλαγή

**Με ποιον τρόπο:** αποδεχόμενος την πρόσκληση και κάνοντας εγγραφή στο event.

Στο παραπάνω βήμα, μπορούν να παραμετροποιηθούν τα εξής ερωτήματα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- **Πότε:** εκτός από την περίπτωση λήψης πρόσκλησης για συμμετοχή στο event, ο χρήστης μπορεί να θέλει να συμμετέχει σε ένα ανοιχτό event, το οποίο εντοπίζει στην πλατφόρμα. Οπότε υπάρχει η επιπλέον επιλογή «όταν βρει το ανοιχτό event που τον ενδιαφέρει».

- *Με ποιον τρόπο:* όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο ερώτημα, ο χρήστης εκτός του να κάνει αποδοχή την πρόσκληση για συμμετοχή στο event, μπορεί απλά να κάνει εγγραφή σε ένα ανοιχτό event που τον ενδιαφέρει.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 7 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 7: εγγραφή στο event</i>	
Ποιός	Ο χρήστης
Κάνει τι	εγγράφεται στο event
Πού	στη σελίδα του event στην πλατφόρμα
Πότε	αφότου λάβει την πρόσκληση συμμετοχής όταν βρει το ανοιχτό event που τον ενδιαφέρει
Για ποιο σκοπό	ώστε να μπορέσει να παραβρεθεί στην ανταλλαγή
Με ποιόν τρόπο	αποδεχόμενος την πρόσκληση και κάνοντας εγγραφή στο event κάνοντας εγγραφή στο ανοιχτό event

**Πίνακας 26:** Πιθανές εκδοχές βήματος 7 της δράσης «Book4book».

*Βήμα 8: διεξαγωγή του event*

**Ποιος:** Οι χρήστες

**Κάνει τι:** διεξάγουν το event

**Πού:** στην τοποθεσία που έχει οριστεί

**Πότε:** στην ημέρα και ώρα που έχει οριστεί

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να ανταλλάξουν τα βιβλία τους

**Με ποιον τρόπο:** προσερχόμενοι στην τοποθεσία που έχει οριστεί, την ημέρα και ώρα που έχει οριστεί.

Το παραπάνω βήμα δεν επιδέχεται ανάλυσης, καθώς αυτή είναι η λογική του συγκεκριμένου βήματος, για τη διεξαγωγή του event. Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 8 είναι οι ακόλουθες:

<i>Βήμα 8: διεξαγωγή του event</i>	
Ποιός	Οι χρήστες
Κάνει τι	διεξάγουν το event
Πού	στην τοποθεσία που έχει οριστεί
Πότε	στην ημέρα και ώρα που έχει οριστεί
Για ποιο σκοπό	ώστε να ανταλλάξουν τα βιβλία τους
Με ποιόν τρόπο	προσερχόμενοι στην τοποθεσία που έχει οριστεί, την ημέρα και ώρα που έχει οριστεί

**Πίνακας 27:** Πιθανές εκδοχές βήματος 8 της δράσης «Book4book».

Ωστόσο, το βήμα 8 περιλαμβάνει το βήμα 8α, το οποίο περιγράφει την ανταλλαγή των βιβλίων. Οπότε και ακολουθεί το εξής βήμα:

*Βήμα 8α: ανταλλαγή των βιβλίων*

**Ποιος:** Οι χρήστες

**Κάνει τι:** ανταλλάσσουν τα βιβλία τους

**Πού:** στην τοποθεσία που διεξάγεται το event

**Πότε:** την ώρα που διεξάγεται το event

**Για ποιο σκοπό:** ώστε να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή

**Με ποιον τρόπο:** προσφέροντας ή λαμβάνοντας βιβλία χωρίς περιορισμό.

Στο παραπάνω βήμα, μπορεί να παραμετροποιηθεί το εξής ερώτημα, με τις ανάλογες εναλλακτικές επιλογές:

- *Με ποιον τρόπο:* ενώ η ανταλλαγή βιβλίων δεν έχει κάποιο περιορισμό ως προς τον αριθμό βιβλίων, μια πιθανή επιλογή είναι η εισαγωγή point system, προκειμένου να εξισορροπήσει την προσφορά και τη ζήτηση βιβλίων από τους χρήστες, καθώς οι χρήστες κατά βάση επιθυμούν να λαμβάνουν βιβλία και όχι να δίνουν. Αντίστοιχα, είναι πιθανή η ανταλλαγή βιβλίων με αναλογία ένα προς ένα, δηλαδή με κάθε βιβλίο που προσφέρει, ο χρήστης θα μπορεί να λαμβάνει ένα βιβλίο.

Οπότε οι πιθανές εκδοχές του βήματος 8α είναι οι ακόλουθες:

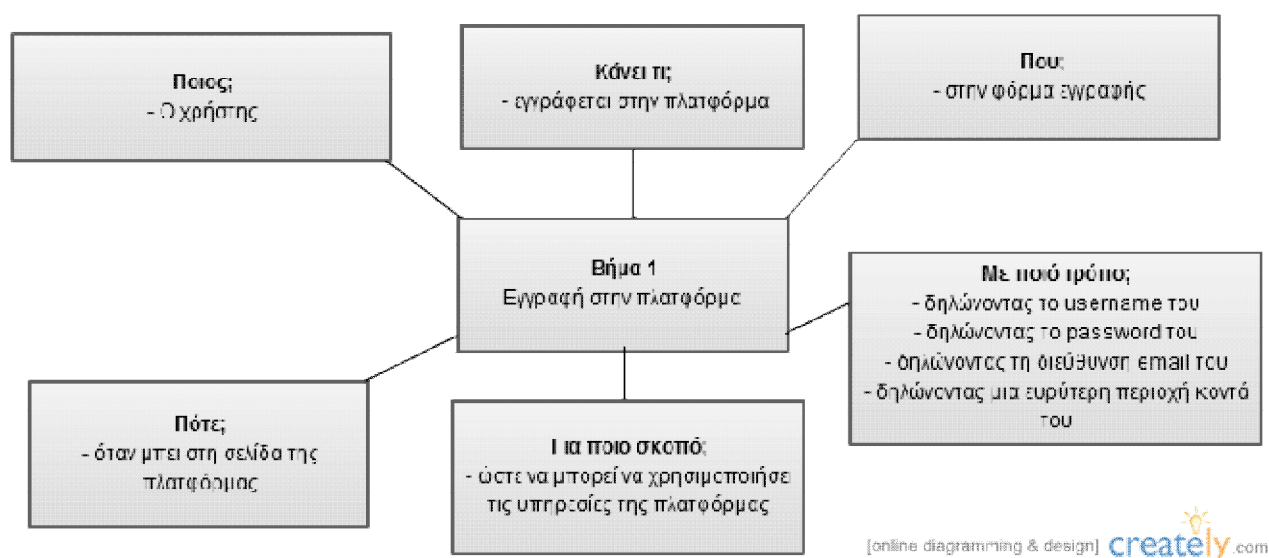
<i>Βήμα 8α: ανταλλαγή των βιβλίων</i>	
Ποιός	Οι χρήστες
Κάνει τι	ανταλλάσσουν τα βιβλία τους
Πού	στην τοποθεσία που διεξάγεται το event
Πότε	την ώρα που διεξάγεται το event
Για ποιο σκοπό	ώστε να ολοκληρώσουν την ανταλλαγή
Με ποιόν τρόπο	προσφέροντας ή λαμβάνοντας βιβλία χωρίς περιορισμό προσφέροντας ή λαμβάνοντας βιβλία με βάση την αναλογία του point system προσφέροντας ή λαμβάνοντας βιβλία με αναλογία ένα προς ένα

**Πίνακας 28:** Πιθανές εκδοχές βήματος 8α της δράσης «Book4book».

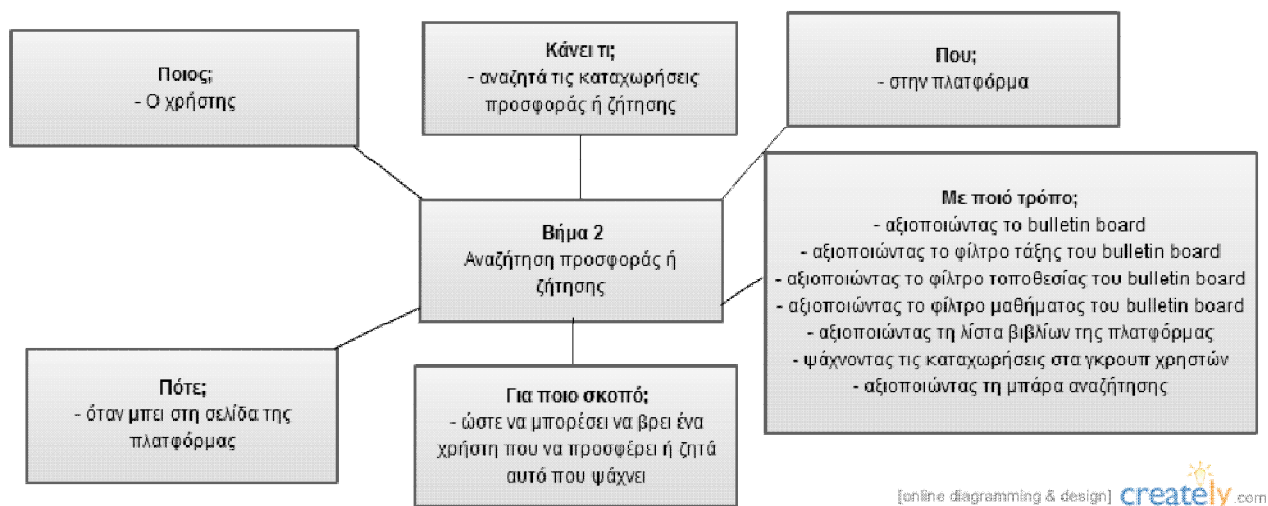
Η ανάλυση των βημάτων της δράσης, καθώς επίσης και οι πιθανές εκδοχές των βημάτων, ανάλογα με τις εναλλακτικές επιλογές ανά παράμετρο, δίνουν ένα σπόρο Νο1 της δράσης «Book4book». Παράλληλα, εξετάζοντας τις περιπτώσεις διεύρυνσης του περιεχομένου της δράσης, όπως αυτές διαμορφώθηκαν τελικά στο βήμα 6 της ανάλυσης, και είναι οι εξής: σχολικά βιβλία, βιβλία γενικά, μουσική (CD/δίσκοι βινυλίου/κασέτες), κινηματογράφος και τηλεοπτική παραγωγή (βιντεοκασέτες/DVD), τύπος (περιοδικά/ εφημερίδες), ρούχα, παλιά αντικείμενα, γίνεται φανερό το τοπίο, στο οποίο μπορεί να ευδοκιμήσει η δράση. Ωστόσο, για να μπορέσει να γίνει υλοποιήσιμος ο σπόρος, κρίνεται απαραίτητο να τεθεί υπό διαβούλευση, προκειμένου να εξεταστούν τυχόν περιορισμοί ή προβλήματα στις παραπάνω πιθανές επιλογές διεύρυνσης του περιεχομένου της δράσης. Κατόπιν διαβούλευσης, η οποία μπορεί να ακολουθήσει την παραπάνω διαδικασία, η δράση καταλήγει σε ένα σπόρο Νο2, ο οποίος μπορεί να αξιοποιηθεί και να «καρπίσει».

## 5.8 Στάδιο 8: οπτικοποίηση του συνολικού σπόρου της δράσης «Book4book»

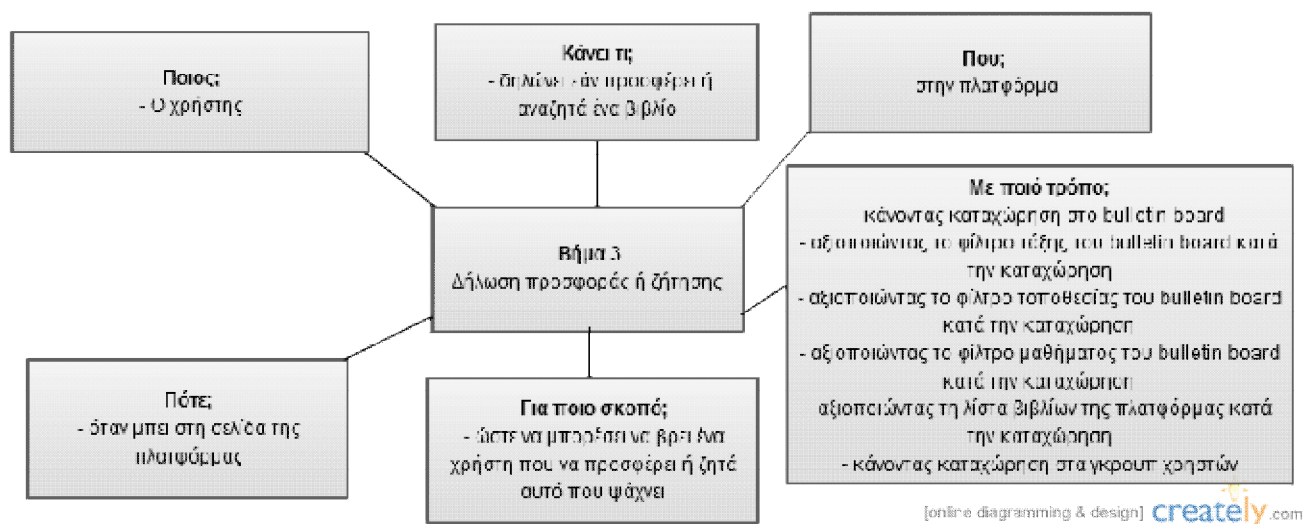
Μετά την ολοκλήρωση της αποδόμησης και η ανάλυσης της δράσης «Book4book», και τη δημιουργία του σπόρου της δράσης, είναι σημαντική η παρουσίαση του σπόρου με μια σαφέστερη οπτικοποίηση. Έτσι, με έμπνευση το διάγραμμα της σελίδας Six Sigma (Mahalik, 2010) σχετικά με την οπτικοποίηση της τεχνικής 5Ws and 1H, ακολουθούν τα σχετικά διαγράμματα που αφορούν τα βήματα 1 έως 8α της δράσης «Book4book» και αντιστοιχούν στους πίνακες 20 έως 28. Τα διαγράμματα αυτά βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση του σπόρου, καθώς επίσης λειτουργούν ως βάση για τη διαβούλευση και την περαιτέρω διεύρυνση του σπόρου.



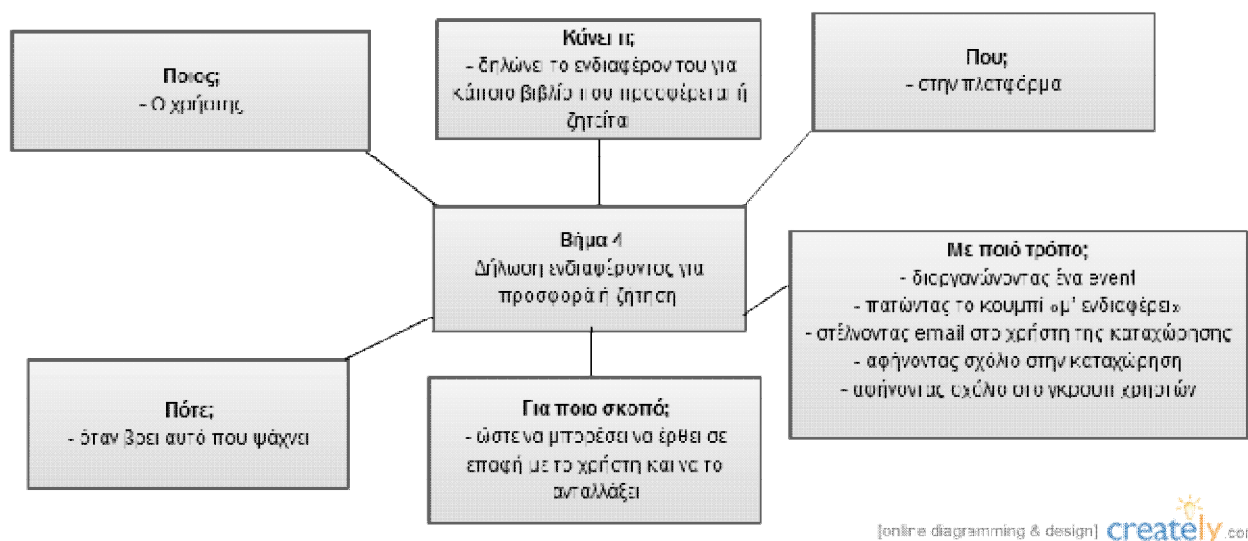
**Διάγραμμα 9:** Οπτικοποίηση βήματος 1 της δράσης «Book4book».



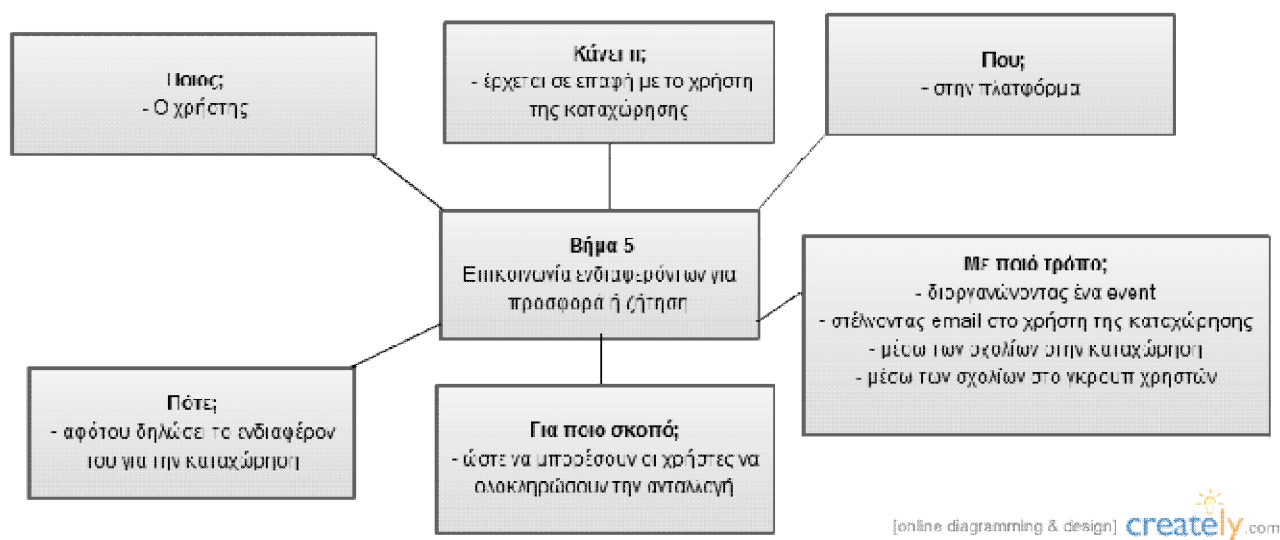
**Διάγραμμα 10:** Οπτικοποίηση βήματος 2 της δράσης «Book4book».



**Διάγραμμα 11:** Οπτικοποίηση βήματος 3 της δράσης «Book4book».

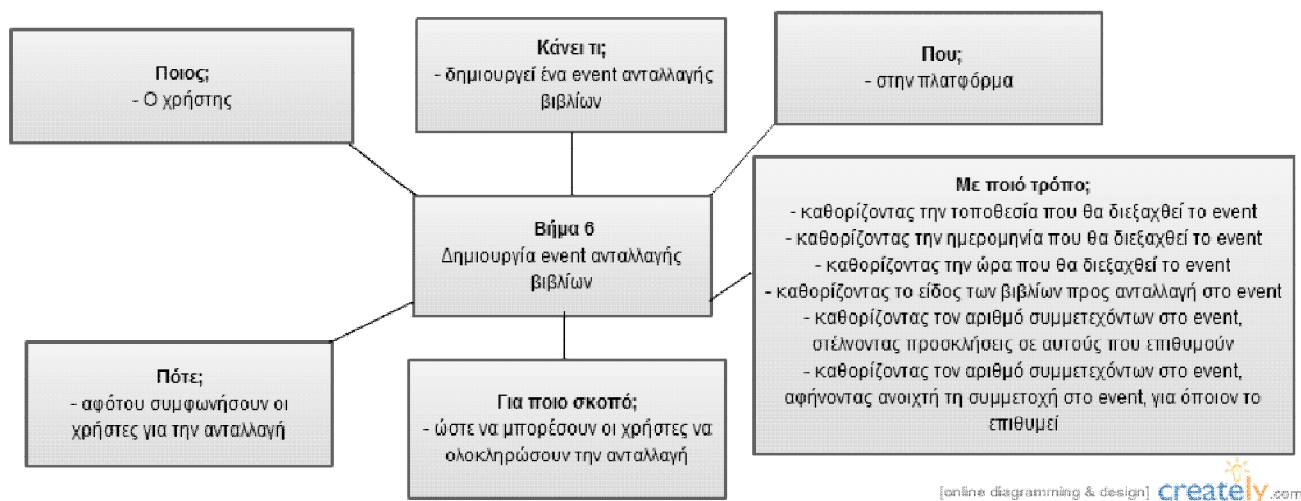


**Διάγραμμα 12:** Οπτικοποίηση βήματος 4 της δράσης «Book4book».

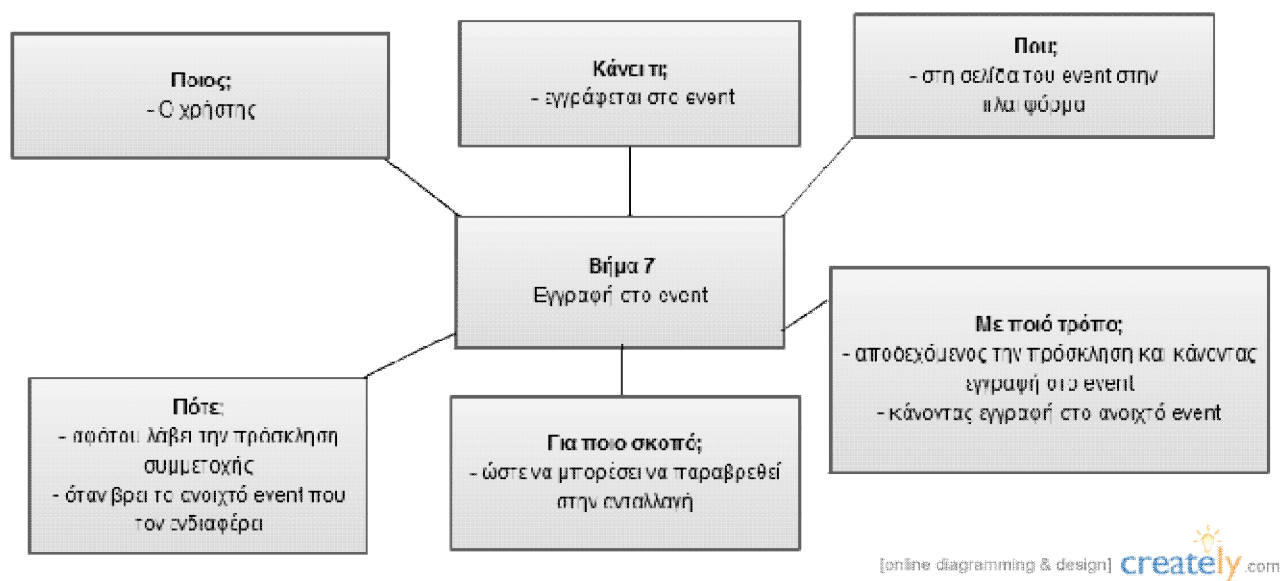


**Διάγραμμα 13:** Οπτικοποίηση βήματος 5 της δράσης «Book4book».

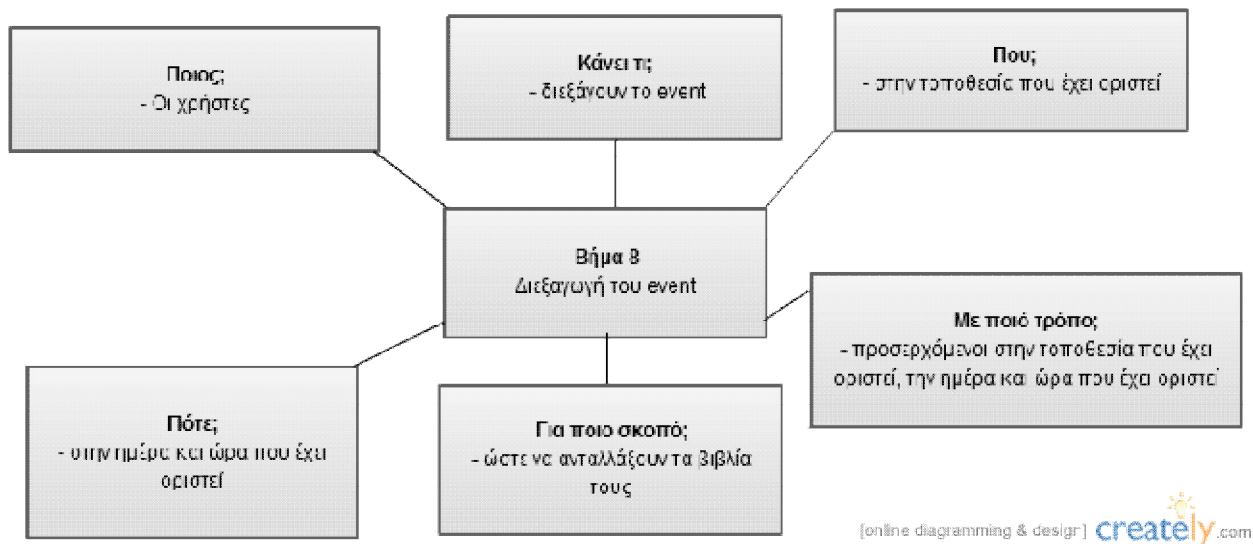




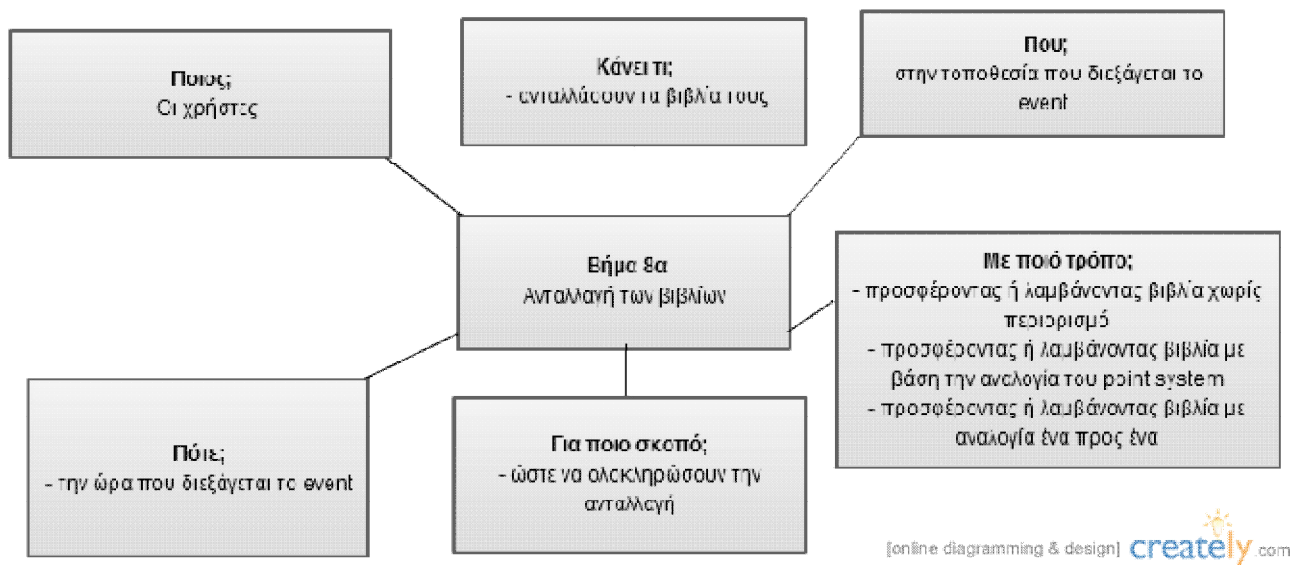
**Διάγραμμα 14:** Οπτικοποίηση βήματος 6 της δράσης «Book4book».



**Διάγραμμα 15:** Οπτικοποίηση βήματος 7 της δράσης «Book4book».



**Διάγραμμα 16:** Οπτικοποίηση βήματος 8 της δράσης «Book4book».



**Διάγραμμα 17:** Οπτικοποίηση βήματος 8α της δράσης «Book4book».

## 6. Συμπεράσματα

### 6.1 Επιτυχία του μηχανισμού

Ο στόχος της παρούσας έρευνας ήταν η πιλοτική εφαρμογή, σύμφωνα με μεθοδολογία εργασίας που δόθηκε από τον επιβλέποντα καθηγητή και διαμορφώθηκε σε επιμέρους θέματα βάσει των παραγόμενων αποτελεσμάτων από τον υποφαινόμενο ερευνητή, ενός μηχανισμού «σποροποίησης», δηλαδή μιας διαδικασίας αποδόμησης και συμπύκνωσης του τρόπου λειτουργίας αυτοοργανωμένων δράσεων, προκειμένου να βοηθήσει τη γενίκευση αυτών των δράσεων, και την αξιοποίησή τους σε ένα ευρύτερο επίπεδο, ανάλογα με τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων. Ως πρόταση για τη δημιουργία του συγκεκριμένου μηχανισμού, ο στόχος επετεύχθη. Δεν παρουσιάστηκαν προβλήματα κατά τη διαδικασία αξιοποίησης αυτού του μηχανισμού, δηλαδή κατά την ανάλυση των δεδομένων, φτάνοντας στο ασφαλές συμπέρασμα ότι ως μηχανισμός λειτουργεί χωρίς προβλήματα, και καταλήγει στα απαιτούμενα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δράσεων, δημιουργώντας τους σπόρους των εξεταζόμενων δράσεων.

### 6.2 Περιορισμοί και προβλήματα

Ωστόσο, υπήρξαν ορισμένοι περιορισμοί και προβλήματα κατά την εκπόνηση της συλλογής δεδομένων της έρευνας. Όσον αφορά στη δράση «Ένας καφές που περιμένει», η δυσκολία ήταν στην προσέγγιση υπευθύνων καφετεριών, καθώς ήταν δύσκολο να διεξαχθούν πολλές συνεντεύξεις, με δεδομένο τα διαφορετικά ωράρια που μπορεί ένας υπεύθυνος να βρίσκεται στο κατάστημά του. Ακόμη, υπήρξε αντίδραση από συνεντευζιαζόμενο, ο οποίος αρνήθηκε να ηχογραφηθεί η συνέντευξη, παρότι υπήρξαν οι απαραίτητες βεβαιώσεις ότι η ηχογράφηση εξυπηρετεί καθαρά τους σκοπούς της έρευνας, δεν είναι δημοσιεύσιμη σε τρίτους και ο συνεντευζιαζόμενος προστατεύεται από την ανωνυμία.

Παράλληλα, ένα μεγάλο πρόβλημα εντοπίστηκε κατά τη συλλογή δεδομένων για τη δράση «Book4book». Δεν ήταν εφικτό να διεξαχθούν συνεντεύξεις με περισσότερους από δύο υπευθύνους της δράσης, καθώς το φορτωμένο πρόγραμμά τους δεν τους το επέτρεπε. Ακόμη, η διεξαγωγή συνεντεύξεων με χρήστες της πλατφόρμας δεν επετεύχθη, διότι η πλατφόρμα χρησιμοποιείται κυρίως στην αρχή της σχολικής

χρονιάς, εκεί όπου εμφανίζεται το πρόβλημα έλλειψης σχολικών βιβλίων, δηλαδή κατά τη διανομή των σχολικών βιβλίων, οπότε και δεν υπήρξε, στο διάστημα διεξαγωγής της έρευνας, κάποιο event ανταλλαγής βιβλίων, ώστε να γίνει μια προσέγγιση των χρηστών της πλατφόρμας. Βέβαια, ένα μεγάλο ζητούμενο είναι η χρήση της πλατφόρμας από παιδιά, οπότε και υπάρχει δυσκολία στην προσέγγιση ενός παιδιού για διεξαγωγή συνέντευξης. Έτσι, για τη δράση «Book4book» συλλέχθηκαν περιορισμένα δεδομένα. Ωστόσο, επειδή τα συγκεκριμένα δεδομένα προέρχονται από πρωτογενή πηγή, τους ίδιους τους δημιουργούς της δράσης, δεν μπορούν να αμφισβητηθούν ως προς την εγκυρότητά τους. Εξάλλου, στόχος της έρευνας είναι η δημιουργία ενός μηχανισμού και όχι η επιβεβαίωση ή μη του τρόπου λειτουργίας μιας δράσης.

### 6.3 Εμπλεκόμενα μέλη και εναλλακτικές επιλογές

Μια σημαντική παρατήρηση σχετικά με τη σποροποίηση, ορμώμενη από τον παραπάνω περιορισμό στην προσέγγιση των εμπλεκόμενων μελών της δράσης, είναι το γεγονός ότι όσο περισσότερα είναι τα εμπλεκόμενα μέλη που διαμορφώνουν τη δράση, τόσο περισσότερες είναι οι εναλλακτικές επιλογές παραμετροποίησης της δράσης. Αντίθετα, όσο λιγότερα είναι τα εμπλεκόμενα μέλη, ειδικά όταν η δράση στηρίζεται μόνο στους δημιουργούς της για τη διαμόρφωσή της, τόσο λιγότερες είναι οι εναλλακτικές επιλογές παραμετροποίησης της δράσης, καθώς δεν είναι μεγάλος ο βαθμός ελευθερίας στους συμμετέχοντες να αλλάξουν ορισμένες πτυχές της δράσης.

Αυτό έγινε εμφανές στη σποροποίηση των δύο δράσεων, καθώς στην περίπτωση της δράσης «Ένας καφές που περιμένει», επειδή υπάρχουν τουλάχιστον δύο εμπλεκόμενα μέλη συνδιαμόρφωσης της δράσης, οι πιθανές επιλογές ανά βήμα και ανά ερώτημα ήταν περισσότερες, δίνοντας ένα μεγαλύτερο βαθμό ελευθερίας τόσο στους υλοποιητές της ίδιας της δράσης, όσο και στους πιθανούς ενδιαφερόμενους επέκτασης της δράσης. Ωστόσο, στην περίπτωση της δράσης «Book4book», επειδή τη δράση την οργανώνουν και τη διαμορφώνουν οι δημιουργοί της πλατφόρμας, δεν υπάρχει ο ίδιος βαθμός ελευθερίας και παραμετροποίησης, καθώς οι χρήστες δε μπορούν να επέμβουν και να αλλάξουν τη λειτουργικότητα της σελίδας, παρά μόνο να την αξιοποιήσουν στο έπακρο. Η μόνη ελευθερία συνδιαμόρφωσης της δράσης

βρίσκεται στις λεπτομέρειες διεξαγωγής των event ανταλλαγής βιβλίων. Έτσι, οι πιθανές επιλογές ανά βήμα και ανά ερώτημα είναι περιορισμένες.

Οι περιορισμένες δυνατότητες συνδιαμόρφωσης της δράσης, στην περίπτωση της αξιοποίησης μιας πλατφόρμας, μπορούν να αποτελέσουν εμπόδιο για την περαιτέρω ανάπτυξη μιας δράσης βασισμένη σε μια διαδικτυακή πλατφόρμα, καθώς μπορεί οι περιορισμοί της πλατφόρμας να εγείρουν ζητήματα διαμόρφωσης της δράσης από λίγους, και κατ' επέκταση, ζητήματα «αρχηγών» που καθορίζουν τον τρόπο δράσης. Όμως, αυτοί οι περιορισμοί μπορεί να ενθαρρύνουν ενδιαφερόμενους να ασχοληθούν με μια δράση που αξιοποιεί μια διαδικτυακή πλατφόρμα, καθώς εμπνεόμενοι από τις αρχές και τους κανόνες του ομότιμου κινήματος, μπορούν να ξεκινήσουν, με αφετηρία τους περιορισμούς αυτούς, να δημιουργήσουν μια πλατφόρμα που να συνδιαμορφώνεται με τους χρήστες της, δίνοντας μεγαλύτερο βαθμό ελευθερίας και διευρύνοντας περισσότερο την έκταση της δράσης και τη μετέπειτα αξιοποίησή της.

#### 6.4 Ο ακτιβιστικός χαρακτήρας των δράσεων

Εξετάζοντας τα ευρήματα της έρευνας, και πιο συγκεκριμένα τους περιορισμούς και τα προβλήματα που εντοπίστηκαν να αντιμετωπίζουν οι δράσεις, παρατηρεί κανείς ότι οι αυτοοργανωμένες δράσεις στην Ελλάδα μπορούν να έχουν ένα χαρακτήρα ακτιβισμού, περνώντας από τον ενεργό πολίτη στον ακτιβιστή πολίτη (Isin, 2009), καθώς μπορούν να αμφισβητήσουν ή να αντιδράσουν σε θεσμοθετημένους νόμους, ή να καλύψουν κενά του επίσημου κράτους. Τα προβλήματα που εντοπίζουν οι δράσεις, όπως, για παράδειγμα, το ζήτημα της διαχείρισης των αποδείξεων, στην περίπτωση της δράσης «Ένας καφές που περιμένει», ή το ζήτημα των πνευματικών δικαιωμάτων, στην περίπτωση της δράσης «Book4book», είναι ένα δείγμα του πώς οι δράσεις κατά κάποιο τρόπο «συγκρούονται» με τα θεσμοθετημένα. Δεν αποτελούν απαραίτητα αντίδραση στα θεσμοθετημένα, αλλά ένα δείγμα πως τα θεσμοθετημένα μπορούν να επιδιώξουν να εμποδίσουν δράσεις αυτοοργάνωσης. Ειδικότερα για το θέμα των πνευματικών δικαιωμάτων, οι δυνατότητες του ομότιμου κινήματος μπορούν να εμπνεύσουν δημιουργούς πλατφορμών ανταλλαγής, ενισχύοντας τη δράση πλατφορμών για ανταλλαγή και διαμοιρασμό.

## 6.5 Περαιτέρω έρευνα

Με δεδομένο τον περιορισμένο χρόνο εκπόνησης της διπλωματικής έρευνας, η διεξαγωγή της έρευνας έφτασε μέχρι το επίπεδο της δημιουργίας ενός σπόρου επιπέδου 1. Δηλαδή, ενώ η συνολική ερευνητική ιδέα μπορεί να επεκταθεί περαιτέρω, λόγω χρονικού περιορισμού, αλλά και περιορισμού στην έκταση της διπλωματικής εργασίας, η παρούσα έρευνα ολοκληρώνεται στο βαθμό της δημιουργίας ενός αρχικού σπόρου για δύο δράσεις. Συνολικά, η ιδέα της παρούσας έρευνας είναι η εξής:

Για να μπορέσει μια δράση να γενικευτεί και να αξιοποιηθεί περαιτέρω, πρέπει να ακολουθηθεί η εξής πορεία, όπως αυτή έχει προταθεί από τον επιβλέποντα καθηγητή:

- 1) ανάλυση, αποδόμηση και συμπύκνωση της δράσης με το μηχανισμό σποροποίησης (δημιουργία σπόρου επιπέδου 1),
- 2) εξέταση της πιθανής γενίκευσης της δράσης, ρωτώντας άμεσους ενδιαφερόμενους για πιθανή υλοποίηση (διαβούλευση σπόρου επιπέδου 1),
- 3) ανάλυση, αποδόμηση και συμπύκνωση της δράσης εκ νέου με το μηχανισμό σποροποίησης, εστιάζοντας σε συγκεκριμένες περιπτώσεις γενίκευσης (δημιουργία σπόρου επιπέδου 2), και
- 4) υλοποίηση της τελικής ιδέας γενίκευσης της δράσης (υλοποίηση σπόρου επιπέδου 2).

Η παρούσα έρευνα ολοκληρώνει με επιτυχία το σκέλος 1 της παραπάνω συλλογιστικής πορείας. Ωστόσο, θα μπορούσε μελλοντικά να μελετηθούν και τα υπόλοιπα βήματα της συλλογιστικής αυτής πορείας γενίκευσης των δράσεων. Επίσης, αυτή η πορεία θα μπορούσε να συνεχιστεί και με επιπλέον σκέλη, όπως αυτό της διαβούλευσης της τελικής υλοποίησης του σπόρου επιπέδου 2, και της εκ νέου σποροποίησης, θέτοντας το σπόρο της δράσης διαρκώς υπό ανάλυση και διαβούλευση, προκειμένου να διευρύνεται, αφενός, το επίπεδο υλοποίησης της δράσης, αφετέρου να διαμορφώνεται έτσι η δράση, ώστε να καλύπτει όσο το δυνατόν καλύτερα τις ανάγκες των συμμετεχόντων, κάτω από τις απαιτήσεις της εκάστοτε χρονικής περιόδου.

Στο τεχνικό κομμάτι της παραπάνω ερευνητικής πορείας, η μελλοντική μελέτη μπορεί να εκμεταλλευτεί πλήρως τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας από την

πυλοτική εφαρμογή της μεθοδολογίας εργασίας επί της οποίας η έρευνα στηρίχθηκε, σχετικά με τη συλλογή και με την ανάλυση των δεδομένων. Σε επίπεδο διαβούλευσης, η συλλογή δεδομένων μπορεί να γίνει με τη διεξαγωγή ημιδομημένων συνεντεύξεων, οι οποίες θα εστιάζουν στους αντίστοιχους ερευνητικούς άξονες, όπως στον τρόπο διεξαγωγής της δράσης και στα προβλήματα που εντοπίζονται, καθώς επίσης και σε πιθανές λύσεις αυτών των προβλημάτων. Σε επίπεδο σποροποίησης, μπορεί να αξιοποιηθεί ο μηχανισμός σποροποίησης που προτάθηκε από τον επιβλέποντα καθηγητή και εφαρμόστηκε πυλοτικά στην παρούσα έρευνα, ακολουθώντας την ίδια ερευνητική πορεία, από το στάδιο 1 έως 8.

## 6.6 Ανάγκη για διεύρυνση

Η ανάγκη για διεύρυνση των δράσεων, όπως οι επιλεγμένες, εξεταζόμενες δράσεις, είναι μεγάλη. Ενώ η δράση «Ένας καφές που περιμένει» αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς, σε ένα ολοένα και αυξανόμενο δίκτυο συμβεβλημένων με τη δράση καφετεριών, γιατί είναι καθημερινή ανάγκη ο καφές, η δράση «Book4book» έχει περιορισμένη ανάπτυξη, διότι σχετίζεται με κάτι πολύ συγκεκριμένο, συνυφασμένο με μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Σχετίζεται με τα σχολικά βιβλία, που η έλλειψή τους γίνεται στην αρχή της σχολικής χρονιάς, και το ζήτημα της διαχείρισης των άχρηστων βιβλίων στο τέλος της σχολικής χρονιάς. Οπότε και υπάρχει περιορισμένη χρήση της πλατφόρμας την υπόλοιπη χρονιά. Από τη στιγμή που σαν ιδέα λειτουργεί, είναι καλό να αναπτυχθεί και σε αντικείμενα που δεν υφίστανται περιορισμούς ως προς το χρόνο αξιοποίησής τους.

Παράλληλα, η διεύρυνση των δράσεων μπορεί να βοηθήσει δράσεις που γίνονται δια ζώσης να αναπτυχθούν. Η επιλογή διεξαγωγής δράσεων δια ζώσης είναι απαραίτητη σε επίπεδο γειτονιάς, όπως η δράση «Ένας καφές που περιμένει», καθώς έχει ένα περισσότερο άμεσο χαρακτήρα, και δεν έχει το εμπόδιο της απόστασης σε κλίμακα τοπική, καθώς διεξάγεται σε μια γειτονιά. Όμως, η εξ ολοκλήρου διεξαγωγή μιας δράσης σε επίπεδο δια ζώσης την περιορίζει να αναπτυχθεί με γρήγορους ρυθμούς. Μέσω του web 2.0, μια δράση μπορεί να αγγίζει μεγαλύτερα επίπεδα διεξαγωγής, όπως η δράση «Book4book», η οποία κατάφερε να ξεπεράσει το επίπεδο γειτονιάς ή πόλης, ακόμα και το επίπεδο του κράτους, φτάνοντας στο σημείο να αξιοποιηθεί ως ιδέα σε μια άλλη χώρα. Οπότε, με παράδειγμα την δράση «Book4book», μπορεί ο

κάθε ενδιαφερόμενος να εκμεταλλευτεί το web 2.0, προωθώντας την ιδέα της δράσης που επιθυμεί, ώστε να ξεπεράσει τους τοπικούς περιορισμούς, ακόμα κι αν η δράση βασίζεται στην υλοποίηση σε επίπεδο γειτονιάς. Εξάλλου, και η δράση «Ένας καφές που περιμένει» εκμεταλλεύεται τα συλλογικά μέσα για να ανακοινώσει τα συμβεβλημένα στη δράση μαγαζιά, δείχνοντας, ίσως, το δρόμο για εκμετάλλευση των δυνατοτήτων που προσφέρει το web 2.0, ακόμα και για δράσεις που η διεξαγωγή τους γίνεται δια ζώσης.



## Βιβλιογραφία

- Bauwens, M., 2005. P2P and Human Evolution: Peer to peer as the premise of a new mode of civilization. [online] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://www.networkcultures.org/weblog/archives/P2P\\_essay.pdf](http://www.networkcultures.org/weblog/archives/P2P_essay.pdf)  
[Προσπελάστηκε 4/6/2014].
- Bauwens, M., 2014. Η ανάδυση της ομότιμης παραγωγής και των Κοινών. Στο: Κωστάκης, Β. και Γιωτίτσας, Χ., 2014. *Πέρα από το κράτος και την αγορά: η ομότιμη προοπτική*. Ιωάννινα: Βορειοδυτικές Εκδόσεις.
- Cardon, D. and Cardon, C., 2007. The Strength of Weak Cooperation: an Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0. *Communication & Strategies*, 65, pp.51-65.
- Charities Aid Foundation, 2013. *World Giving Index 2013: A global view of giving trends*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [https://www.cafonline.org/pdf/WorldGivingIndex2013\\_1374AWEB.pdf](https://www.cafonline.org/pdf/WorldGivingIndex2013_1374AWEB.pdf)  
[Προσπελάστηκε 14 Ιανουαρίου 2014].
- Fenton, N., 2008. Mediating Solidarity. *Global Media and Communication*, 4 (1), pp.37-57.
- Fuchs, C., 2003. Structuration Theory and Self-Organization. *Systemic Practice and Action Research*, 16 (2), pp.133-167.
- Fuchs, C., 2006. The Self-Organization of Social Movements. *Systemic Practice and Action Research*, 19 (1), pp.101-137.
- Gauntlett, D., 2012. *Making is Connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press.
- Hardin, G., 1968. The Tragedy of the Commons. *Science*, 162, pp.1243-1248.
- Hendry, J., 2011. *Οι κόσμοι που μοιραζόμαστε: Εισαγωγή στην Πολιτισμική και Κοινωνική Ανθρωπολογία*. Αθήνα: Κριτική.
- Isin, E.F., 2009. Citizenship in flux: The figure of the activist citizen. *Subjectivity*, 29, pp.367-388.
- Juris, J.S., 2012. Reflections on #Occupy Everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American Ethnologist*, 39 (2), pp. 259-279.

- Κορακάκης, Θ., και Κοροντζής, Κ., 2011. *Αυτοοργάνωση: Ένα κλωνάρι που πάει ν' ανθίσει (1917-2011)*. Αθήνα: Κοροντζή.
- Kostakis, V., 2013. At the Turning Point of the Current Techno-Economic Paradigm: Commons-based Peer Production, Desktop Manufacturing and the Role of Civil Society in the Perezian Framework. *Triple C*, 11 (1), pp.173-190.
- Κωστάκης, Β., 2012. *Το ομότιμο μανιφέστο: Δημιουργώντας τον κόσμο που θέλουμε μέσα στον κόσμο που θέλουμε να ξεπεράσουμε*. Ιωάννινα: Βορειοδυτικές εκδόσεις.
- Lasch, C., 2006. *Ο Ελάχιστος Εαυτός: Ψυχική Επιβίωση σε Καιρούς Αναστάτωσης*. Θεσσαλονίκη: Νησίδες.
- Li, C., and Bernoff, J., 2011. *Groundswell: winning in a world transformed by social technologies*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Lyberaki, A. and Paraskevopoulos, C.J., 2002. Social Capital Measurement in Greece. In: OECD-ONS, *International Conference on Social Capital Measurement*. London: U.K., September 25-27, 2002.
- Mascheroni, G., 2013. Performing Citizenship Online: Identity, Subactivism and Participation. *Observatorio (OBS) Journal*, 7 (3), pp.93-119.
- McKibben, B., 2013. Movements Without Leaders. *UTNE Reader*, [online] 21 August. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.utne.com/environment/movements-without-leaders.aspx> [Προσπελάστηκε 17 Ιανουαρίου 2014].
- Papa, V., and Milioni, D. L., 2013. Active Citizenship or Activist Citizenship? A Framework for Studying in New Social Movements and the Role of ICTs. *Networking Knowledge*, 6 (3).
- Rigi, J., 2014. Η ομότιμη παραγωγή ως εναλλακτική στον καπιταλισμό. Στο: Κωστάκης, Β. και Γιωτίτσας, Χ., 2014. *Πέρα από το κράτος και την αγορά: η ομότιμη προοπτική*. Ιωάννινα: Βορειοδυτικές Εκδόσεις.
- Sotiropoulos, A.D., and Karamagioli, E., 2006. Greek Civil Society: The Long Road To Maturity. *Civicus Civil Society Index Shortened Assessment Tool Report For The Case Of Greece*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [https://www.civicus.org/new/media/CSI\\_Greece\\_Executive\\_Summary.pdf](https://www.civicus.org/new/media/CSI_Greece_Executive_Summary.pdf) [Προσπελάστηκε 14 Ιανουαρίου 2014].

- Staiou, E.R., and Gouscos, D., 2014. Self-organized Social Solidarity (SoSS) Initiatives In Greece: Exploring Their Scope And Their Relationship To Online Media. *International Journal of Public Administration in the Digital Age (JPADA)*. [υπό έκδοση].
- Stalder, F., 2013. *Digital Solidarity*. Mute Books. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.metamute.org/sites/www.metamute.org/files/u1/Digital-Solidarity-Felix-Stalder-9781906496920-web-fullbook.pdf> [Προσπελάστηκε 14 Ιανουαρίου 2014].
- Starbird, K., and Palen, L., 2011. “Voluntweeters”: Self-organizing by Digital Volunteers in Times of Crisis. *CHI 2011*, Vancouver: Canada.
- Στέφου, Ε., 2011. Κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα. *Η Εποχή*, 23 Απριλίου. Στο: Κορακάκης, Θ., και Κοροντζής, Κ., 2011. *Αυτοοργάνωση: Ένα κλωνάρι που πάει ν’ ανθίσει (1917-2011)*. Αθήνα: Κοροντζή.
- Vaynerchuk, G., 2011. *The Thank You Economy*. New York: Harper Collins Publishers.
- Zannis, P., 2012. Greece: Volunteering Infrastructure. In: European Volunteer Centre, 2012. *Europe: Volunteering Infrastructure*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://www.alliance-network.eu/uploads/Alliance%20documents/Other%20documents%20Volunteering%20and%20Youth/CEV\\_Volunteering%20infrastructure.pdf](http://www.alliance-network.eu/uploads/Alliance%20documents/Other%20documents%20Volunteering%20and%20Youth/CEV_Volunteering%20infrastructure.pdf) [Προσπελάστηκε 14 Ιανουαρίου 2014].

## Ιστογραφία

- Book4BookGr, 2014. *To Book4Book στην εκπομπή 4Greece της ΔΤ*. [video online] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [https://www.youtube.com/watch?v=oreXSGh\\_QiM](https://www.youtube.com/watch?v=oreXSGh_QiM) [Προσπελάστηκε 2/4/2014].
- Γεωργιακώδης, Ν., 2013. Ένας καφές σε περιμένει: Αλληλεγγύη στο φλιτζάνι. *In2life*, [online] 30 Οκτωβρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.in2life.gr/everyday/modernlife/article/302546/enas-kafes-se-perimenei-allhleggyh-sto-flitzani.html> [Προσπελάστηκε 15/3/2014].
- Creative Minds, n.d. *The Kipling Method (5WIH)*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://creatingminds.org/tools/kipling.htm> [Προσπελάστηκε 13/6/2014].
- Δημοκίδης, Α., 2013. Ένας κερασμένος καφές περιμένει ανθρώπους που δεν έχουν τη δυνατότητα να τον πληρώσουν. *Lifo*, [online] 3 Οκτωβρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.lifo.gr/team/bitsandpieces/40404> [Προσπελάστηκε 15/3/2014].
- FACE to FACE, 2013. *FACE to FACE Βεργίνα TV: «Ένας καφές σε περιμένει» Απόλαυση & αλληλεγγύη*. [video online] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.youtube.com/watch?v=aubymJG9z9s> [Προσπελάστηκε 15/3/2014].
- Konstantinos Tserpes, 2012. *Book4book.gr video*. [video online] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.youtube.com/watch?v=8KCJoSzAF6k> [Προσπελάστηκε 2/4/2014].
- Learning 2.0, 2010. *5WIH Template*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://learn20.cite.hku.hk/resources/templates/png/eng/5w1h.png> [Προσπελάστηκε 13/6/2014].
- Mahalik, P., 2010. Using the Five W's and One H Approach to Six Sigma. *Six Sigma* [online] 26 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.isixsigma.com/implementation/basics/using-five-ws-and-one-h-approach-six-sigma/> [Προσπελάστηκε 13/6/2014].
- Μητροπολιτικό Κοινωνικό Ιατρείο Ελληνικού, 2014. *Οδηγίες για τους ασθενείς του ΜΚΙΕ*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.mkiellinikou.org/%CF%80%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%B>

[F%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85/%CE%BF%CE%B4%CE%B7%CE%B3%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CF%83%CE%B8%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CF%82/](http://www.nooz.gr/entertainment/enas-kafes-se-perimenei-kai-sta-kafe-tis-athinas) [Προσπελάστηκε 3/6/2014].

- Nooz, 2013. «Ένας καφές σε περιμένει» και στα καφέ της Αθήνας. [online] 23 Οκτωβρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.nooz.gr/entertainment/enas-kafes-se-perimenei-kai-sta-kafe-tou-dimou-a8inaion> [Προσπελάστηκε 15/3/2014].
- Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο, χωρίς ημερομηνία. Βράβευση πλατφόρμας ανταλλαγής βιβλίων book4book.gr. [online] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.sch.gr/96-announces/2847-wwwbook4bookgr> [Προσπελάστηκε 2/4/2014].
- Πλατφόρμα Ανταλλαγής Βιβλίων «Book4book». Διαθέσιμη στη διεύθυνση: <http://www.book4book.gr> [Προσπελάστηκε 2/4/2014].
- Πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0». Διαθέσιμη στη διεύθυνση: <http://organosi20.gr/> [Προσπελάστηκε 17/12/2013].
- Πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0». *Περιγραφή Δράσης*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://organosi20.gr/?page\\_id=10](http://organosi20.gr/?page_id=10) [Προσπελάστηκε 17/12/2013].
- Πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0». *Σπόροι νέων ιδεών*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://organosi20.gr/?page\\_id=12](http://organosi20.gr/?page_id=12) [Προσπελάστηκε 17/12/2013].
- Πλατφόρμα «Οργάνωση 2.0». *Κατάλογος οργανώσεων*. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://organosi20.gr/?p=1115> [Προσπελάστηκε 3/6/2014].
- Porter, J., 2010. Five Ws and One H: The Secret to Complete News Stories. *Journalistics*, [online] 5 Αυγούστου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://blog.journalistics.com/2010/five-ws-one-h/> [Προσπελάστηκε 3/5/2014].
- Στάιου, Ε. Ρ., 2013α. Ανάγκη για οργάνωση. *apopseis.gr*, [online] 26 Ιανουαρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://apopseis.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=326%3A%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CE%B3%CE%BA%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CF%83%CE%B8%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CF%82/](http://apopseis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=326%3A%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CE%B3%CE%BA%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CF%83%CE%B8%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CF%82/)

[http://apopseis.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=332](http://apopseis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=332) [Προσπελάστηκε 26/5/2014].

- Στάιου, Ε. Ρ., 2013β. Οργανώσεις πολιτών: τι υπάρχει πέρα και δίπλα από τη βοήθεια; *apopseis.gr*, [online] 6 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://apopseis.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=332](http://apopseis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=332):[%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%AC%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7&Itemid=73](http://apopseis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=332) [Προσπελάστηκε 26/5/2014].
- Στάιου, Ε. Ρ., 2013γ. Μελετώντας τις αυτό-οργανώσεις των πολιτών στο διαδίκτυο: ποια είναι τα στοιχεία που προκύπτουν; *apopseis.gr*, [online] 18 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: [http://apopseis.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=338](http://apopseis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=338):[%CE%BC%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%84%CF%8E%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%B9%CF%82-%CE%B1%CF%85%CF%84%CE%BF-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BA%CF%8D%CF%80%CF%84%CE%BF%CF%85%CE%BD&Itemid=73](http://apopseis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=338) [Προσπελάστηκε 26/5/2014].

- Σχεδία. Τι είναι ο καφές που περιμένει. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.shedia.gr/suspendedcoffee/> [Προσπελάστηκε 15/3/2014].

## Παράρτημα Α: Απομαγνητοφωνήσεις συνεντεύξεων δράσης «Ένας καφές που περιμένει»

*(Στις ακόλουθες συνεντεύξεις χρησιμοποιούνται τα αρχικά των ονομάτων των συνεντευξιζόμενων, για την προστασία της ανωνυμίας των συνεντευξιζόμενων. Τα πλήρη ονομαστικά στοιχεία τους βρίσκονται στο προσωπικό αρχείο του ερευνητή)*

### A.1. Α. Δ. (σύμβουλος επικοινωνίας περιοδικού «Σχεδία»)

Ερευνητής: Δράση «ένας καφές σε περιμένει». Αυτή τη δράση, απ' ό,τι είδα στη σελίδα σας, την έχετε πάρει από την Ιταλία. Θέλω να μου πείτε, όταν πήρατε τη δράση, τι στοιχεία είδατε και είπατε «αυτά τα στοιχεία θα τα κρατήσουμε, αυτά θα τα διώξουμε»;

Α. Δ.: Ο καφές που περιμένει είναι ένα κίνημα, στην ουσία, το οποίο ξεκίνησε 100 χρόνια πριν, στα εργατικά καφενεία της Νάπολης, στην Ιταλία, όπου εκεί αφήνανε έναν εσπρέσο κάβα, κάποιος ανώνυμος, για να τον πιεί ένας άνθρωπος, ο οποίος δεν έχει την οικονομική δυνατότητα να πληρώσει αυτό τον καφέ. Αυτό αποδυναμώθηκε λίγο μεταπολεμικά, αλλά τα τελευταία χρόνια, λόγω κρίσης, όχι μόνο στη χώρα μας, αλλά και σε άλλες χώρες, άρχισε πάλι να παίρνει τα πάνω του. Οπότε εμείς είδαμε κάποια δίκτυα στη Σκωτία και στην Αυστραλία, ήρθαμε σε επαφή μαζί τους, ρωτήσαμε πώς λειτουργεί ακριβώς, γιατί είχαμε κι εμείς ερωτήματα, κι αφού μας ενημέρωσαν, είπαμε να ξεκινήσουμε εδώ. Εμείς, ως οργανισμός ο «Διογένης» έχει τρεις βασικές δράσεις: τη «Σχεδία», το περιοδικό δρόμου, την καμπάνια «Γκολ στη φτώχεια», που έχουμε την Εθνική ποδοσφαιρική ομάδα αστέγων, και τον «Καφέ που περιμένει». Σκοπός μας είναι να παρέχουμε υποστηρικτικές ενέργειες σε ευάλωτο κοινωνικά πληθυσμό, και ο ίδιος ο άνθρωπος είναι ενεργός δέκτης μιας διαδικασίας. Όπως με το περιοδικό, του δίνουμε ένα εφόδιο, κι από κει κι έπειτα ο ίδιος ενεργοποιείται για να πουλήσει, για να λάβει αυτό σε κοινωνικό, προσωπικό επίπεδο, όπως με τη μπάλα, αξιοποιούμε το ποδόσφαιρο ως κοινωνικό εργαλείο, για να ενεργοποιήσουμε αυτούς τους ανθρώπους, αντίστοιχα και με τον καφέ, γίνεται αυτός ο τρόπος. Δηλαδή, ενεργοποιούμε ανθρώπους να πάνε να κεράσουν ένα καφεδάκι, αλλά και τον άλλον να πάει να τον πιεί τον καφέ. Άρα αυτό στην ουσία είναι που μας άρεσε, και θεωρήσαμε ότι ταιριάζει στις δικές μας αξίες, αρχές και στον τρόπο που



λειτουργούμε. Αφού μάθαμε πώς λειτουργεί το κίνημα suspended coffee, μετά επιλέξαμε 4 καφέ στην Αθήνα, τα οποία, χωρίς δεύτερη σκέψη, θέλησαν να ενταχθούν σε αυτό το δίκτυο, κι από κει κι έπειτα το επικοινωνήσαμε στο περιοδικό ή σε άλλα μέσα. Άρχισαν οι υπεύθυνοι των καταστημάτων καφέ, όχι μόνο από την Αθήνα, αλλά από όλη την Ελλάδα, ακόμα και από την Κύπρο, να επικοινωνούν μαζί μας και να θέλουν να ενταχθούν στο δίκτυο. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, γιατί οι ίδιοι είναι ευαισθητοποιημένοι. Οι ίδιοι οι υπεύθυνοι των καφέ κερνούν καφέδες στον κόσμο. Άρα αυτό το βλέπουν σαν μια προέκταση αυτού που κάνουν, και πιο οργανωμένο. Οπότε αυτό εμάς μας βοηθά πολύ, γιατί ξέρει ο κόσμος, οι ιδιοκτήτες και οι υπεύθυνοι των καταστημάτων καφέ ξέρουν τι πρέπει να κάνουν, είναι ευαισθητοποιημένοι, θέλουν να συμβάλλουν σε αυτό που γίνεται, και να βοηθήσουν συνανθρώπους μας. Το επικοινωνούν, γιατί έχουν αυτή την παρότρυνση, στην ουσία, να το κάνουν, γιατί σε καφέ που μας έχουν προτείνει ότι είναι σε κάποια σημεία που ενδεχομένως εξυπηρετούν και ανθρώπους που έχουν ανάγκη, πήγαμε και δε λάβαμε απάντηση. Δηλαδή, χρειάζεται και ο ίδιος να είναι παρακινημένος. Άρα, από τα 4 αυτά καφέ και έπειτα, όλοι μας καλούν, που είναι πολύ σημαντικό, όπως και οι πωλητές της Σχεδιάς έρχονται. Δεν πάμε να βρούμε εμείς πωλητές. Έρχεται ο ίδιος ο κόσμος, και αυτό είναι πολύ σημαντικό, γιατί ενεργοποιείται. Είναι αυτό το στοιχείο, που είναι το πιο σημαντικό.

Ε.: Οπότε μου έχετε περιγράψει μια ιδέα, το πώς έχετε κινητοποιήσει τον κόσμο. Όταν έρθει σε επαφή, εσείς τι του λέτε; Πώς του περιγράφετε τη δράση; Τι του λέτε ότι πρέπει να κάνει;

Α. Δ.: Αν είναι στην Αθήνα, ορίζουμε μια συνάντηση στο καφέ και εξηγούμε ακριβώς πώς λειτουργεί. Δηλαδή, ότι πρέπει να έχει μια γωνιά του καφέ που περιμένει. Ο καθένας αποφασίζει πώς θέλει να το φτιάξει αυτό. Δηλαδή, να έχει έναν μαυροπίνακα; Άλλοι έχουν κάτι σκοινάκια και με μανταλάκια κρεμάνε τις αποδείξεις. Άλλοι έχουν μια γυάλα, ένα πίνακα με φελλό, ένα τετράδιο. Ο καθένας ό,τι θέλει, στην αισθητική που του ταιριάζει, αλλά βρίσκει μια γωνιά, που είναι σε ένα εμφανές σημείο, έτσι ώστε ο πελάτης, που έχει πει τον καφέ του και θέλει να προπληρώσει έναν καφέ, εκείνη τη στιγμή να δει τον υπεύθυνο του καταστήματος ότι πράγματι σημειώνει τον καφέ. Γιατί όλη η διαδικασία στηρίζεται στην αξία της καλής πράξης, πίστης, αγάπης, αλληλεγγύης, ειλικρίνειας, όλης αυτής της διάθεσης, γιατί δεν υπάρχει κανένας έλεγχος. Οπότε είναι αυτονόητο, αυτό που τους λέμε είναι, για να μη

δημιουργηθούν καχυποψίες, προς δικό τους όφελος, να μην έχουμε και θέματα δυσφήμισης οι ίδιοι, να γίνεται αυτή η συναλλαγή καθαρά και σε ένα ορατό σημείο.

Ε.: Ο έλεγχος που είπατε είναι και σε επίπεδο αυτού που λαμβάνει την προσφορά;

Α. Δ.: Δεν υπάρχει έλεγχος. Δηλαδή, είμαι εγώ πελάτης, προπληρώνω ένα καφεδάκι, εκείνη τη στιγμή που τον προπληρώνω θα θέλω να δω ότι τον σημειώνει. Το σημειώνει με μια κιμωλία; Το σημειώνει με ένα μαρκαδόρο; Το σημειώνει με την απόδειξη, με ένα χαρτάκι; Είναι δικό του θέμα πώς το σημειώνει. Εμείς αυτό που «απαιτούμε» είναι να γίνεται μια έκπτωση, της τάξης του 30%, δηλαδή να κοστίζει ο προπληρωμένος καφές όσο είναι για έξω, take away. Από τα καφέ που έχουν ενταχθεί στο δίκτυο, πολλοί κάνουν 50% έκπτωση, τους ενδιαφέρει τόσο πολύ.

Ε.: Οπότε η βάση είναι η έκπτωση στην προσφορά του καφέ.

Α. Δ.: Αφού σημειωθεί το καφεδάκι, αυτή η γωνιά είναι σε ορατό σημείο, αλλά για τον ωφελούμενο, επίσης, γιατί θα περάσει από το καφέ, ξέρει το δίκτυο. Πώς ενημερώνεται ο κόσμος, οι ωφελούμενοι για να πάνε να πιουν έναν καφέ; Εμείς ενημερώνουμε τους ανθρώπους μας, τους πωλητές της Σχεδιάς, ενημερώνουμε άλλους φορείς, άλλες δομές, που έχουν κόσμο και ξέρουν την ανάγκη, δηλαδή Γιατρούς του Κόσμου, Praksis, τους φορείς με τους οποίους συνεργαζόμαστε και έχουν αυτόν τον πληθυσμό, τους ενημερώνουμε κάθε φορά για την ανανεωμένη λίστα για Αθήνα και Θεσσαλονίκη, μιας και έχουμε γραφείο και εκεί πάνω, για να μπορούν να επωφελούνται και αυτοί. Και πράγματι πηγαίνουν. Από κει κι έπειτα, το μαθαίνει κόσμος από το ίδιο το περιοδικό, και από τα social media και την ιστοσελίδα μας, αλλά αυτό που λέμε στους υπεύθυνους των καφέ είναι να το επικοινωνούν και οι ίδιοι. Είναι πολύ σημαντικό να επικοινωνούν στους θαμώνες, στους πελάτες ότι συμμετέχουν σε αυτή την προσπάθεια και οι ίδιοι μπορούν, με αυτή την αμεσότητα, να στηρίξουν έναν συνάνθρωπό μας. Αλλά αυτό που λέμε και στους ίδιους είναι ότι υπάρχουν καταστήματα καφέ σε γειτονιές, που βλέπουμε γύρω γύρω πολυκατοικίες με σπίτια κλεισμένα, και μέσα εκεί είναι άνθρωποι, οι οποίοι είναι άνεργοι και το σκέφτονται να δώσουν 2-3€ να πάνε να πιούν έναν καφέ, και θέλουμε αυτούς τους ανθρώπους να τους βγάλουμε έξω. Γιατί είναι πάρα πολύ σημαντική αυτή η κοινωνικοποίηση, να πάνε να πουν μια καλημέρα, να ανταλλάξουν δύο κουβέντες, να πάνε να πιούν έναν καφέ σαν άνθρωποι. Κάθονται και εξυπηρετούνται κανονικά, όπως όλοι οι πελάτες. Εμείς απευθυνόμαστε και σε καφέ που είναι σε γειτονιές, γιατί

εμείς με αυτό τον τρόπο θέλουμε να ενισχύσουμε και μικρές, τοπικές επιχειρήσεις, που λόγω κρίσης πάνε να κλείσουν. Και θέλουμε με αυτό τον τρόπο, όταν το μαθαίνει η γειτονιά, να αποκτήσει ξανά αυτό το καφενείο, το καφέ, αυτό τον παρεϊστικο, συνοικιακό χαρακτήρα του, που είναι πολύ σημαντικό. Ξαναζωντανεύουν οι γειτονιές και οι άνθρωποι νιώθουν ξανά ζωντανοί. Και συμβαίνει αυτό, γιατί όταν είναι σε γειτονιά το καφέ, γνωρίζει ποιοι άνθρωποι περνούν δύσκολα. Μαθαίνονται αυτά.

Ε.: Μου περιγράψατε, λίγο πολύ, τη δράση. Μου είπατε, κιάλας, ότι πιο πολύ το λειτουργικό κομμάτι το διαλέγει ο καταστηματάρχης. Εσείς τους προτείνετε κάτι, ή τους λέτε απλά «εμφανές σημείο», κι από κει και πέρα διαλέγει ο καθένας πώς θα το κάνει;

Α. Δ.: Κοίτα, όταν πάμε στην Αθήνα, πηγαίνουμε και του προτείνουμε εκείνη τη στιγμή ένα εμφανές σημείο, δε μπορούμε να του επιβάλλουμε εμείς.

Ε.: Τι επιλογές του δίνετε;

Α. Δ.: Δεν έχει σημασία. Είναι συνήθως σε ορατά σημεία στην είσοδο, στη μπάρα του καφέ ή σε κάποια άλλα σημεία.

Ε.: Εννοώ για το βάζο, τον πίνακα...

Α. Δ.: Τους τα προτείνουμε με φωτογραφίες από άλλα καφέ που τα έχουν εφαρμόσει, κι εκείνοι επιλέγουν τι θέλουν να κάνουν. Εμείς τους προτείνουμε. Μπορεί να έχουν άλλες ιδέες. Πολύ ευχαρίστως να τις προτείνουν κι εκείνοι. Δεν έχουμε τέτοια θέματα. Το βασικό είναι να φαίνεται, έτσι ώστε να είναι πιο εμφανής αυτή η συναλλαγή, και να φαίνεται για τον ωφελούμενο ότι περιμένουν καφεδάκια, για να μπορεί να πάει να πιεί.

Ε.: Γιατί μπορεί να υπάρχουν καφέδες που περιμένουν και να μην τους δώσει ο ίδιος ο καταστηματάρχης;

Α. Δ.: Δεν υπάρχει περίπτωση να μην τα δώσει.

Ε.: Λέω για τη χειρότερη περίπτωση.

Α. Δ.: Απλά όταν φαίνεται, δε θα βρεθώ εγώ σε δύσκολη θέση, που θέλω να απολαύσω ένα καφεδάκι να τον ρωτήσω. Το βλέπω. Συνήθως ρωτάς, αλλά εκεί δεν έχεις να πάρεις μια αρνητική απάντηση.

Ε.: Κι όταν είναι ευαισθητοποιημένος ο άλλος θα πει «εντάξει, τώρα, για έναν καφέ. Θα τον κεράσω εγώ, ως καταστηματούχος». Έχει παρουσιαστεί, ή σας έχουν αναφέρει, κάποιο πρόβλημα κατά τη λειτουργία της δράσης; Ότι δε λειτουργεί ο πίνακας σωστά...

Α. Δ.: Δεν υπάρχουν τέτοια θέματα πινάκων. Κάποια δυσκολία... Ο υπεύθυνος του καφέ οφείλει να δώσει τον καφέ σε όποιον τον ζητήσει. Δεν κάνει κάποιον έλεγχο. Εμείς αυτό που του προτείνουμε, αν δει κάποια κατάχρηση αυτής της ευκαιρίας, ότι «υπάρχουν δωρεάν καφεδάκια, πάμε να πιούμε», που μπορεί να γίνει κάποιος χαβαλές από ανθρώπους, αν δουν ότι ξανάρχονται και πραγματικά εκμεταλλεύονται αυτή την ενέργεια, αντί να την αξιοποιούν, τότε μπορεί πολύ ευγενικά και όμορφα να το διαχειριστεί και να πει ότι «αυτό μπορεί να το έχουν ανάγκη περισσότεροι άνθρωποι, ενδεχομένως να το σκεφτείτε. Σας παρακαλώ, μην κάνετε αυτή την κατάχρηση». Μπορεί να το διαχειριστεί. Έχει συμβεί μια φορά και δεν υπήρχε άλλο θέμα. Αλλά πολύ ευγενικά και όμορφα έχει λυθεί. Δεν προσβάλλουμε κανέναν. Τους το λέμε αυτό. Μια άλλη δυσκολία είναι με τις αποδείξεις και την εφορία. Γιατί μπορεί να πληρώνω εγώ ως πελάτης 2€ τον προπληρωμένο καφέ, μου κόβουν την απόδειξη, την κρεμάει την απόδειξη, αλλά ο ωφελούμενος μπορεί να έρθει μετά από 2-3-4-5-6 μέρες. Άρα θα πάρει την απόδειξη, θα πιεί έναν καφέ, για μια απόδειξη που είναι προ ημερών, που αν μπει εκείνη τη στιγμή κάποιος, θα έχει πρόβλημα το καφέ. Αυτή είναι η μόνη αδυναμία, που την έχουν και τα άλλα δίκτυα του εξωτερικού, και στην οποία δεν υπάρχει λύση νόμιμη. Εμείς έχουμε μιλήσει και με το λογιστή του Δήμου Αθηναίων, που διαχειρίζεται τα καφέ του δήμου. Κι εκείνοι είχαν αυτό το θέμα, και προσπαθούσαν να δουν πώς μπορεί να αντιμετωπιστεί. Θεωρούν ότι το πιο σωστό είναι να κόβεται η απόδειξη στην αρχή και να την αφήνουν, αλλά άλλα καφέ την κόβουν την απόδειξη μετά. Είναι στη δική τους διαχείριση πώς θα κόψουν (την απόδειξη). Εμείς τους το λέμε, όμως, ότι υπάρχει αυτό το πραγματάκι, το κενό. Άλλοι έχουν φτιάξει σφραγίδες και γράφουν από πίσω ότι είναι για «καφέ που περιμένει», προσπαθούν να βρουν λύσεις για να είναι λίγο πιο σωστοί. Για άλλους μπορεί να είναι αποτρεπτικό αυτό να μπουκ στο δίκτυο, λόγω αυτής της μη νόμιμης κατάστασης. Αλλά είναι ένα θέμα στο οποίο δε μπορούμε εμείς να κάνουμε κάτι. Δεν υπάρχει λύση ούτε από τα άλλα δίκτυα του εξωτερικού. Είναι στην καλή θέληση. Το μόνο σίγουρο είναι ότι κόβεται απόδειξη για αυτό τον καφέ. Δεν είναι ότι δεν κόβεται

απόδειξη και δίνεται στη λούφα αυτός ο καφές. Κόβεται η απόδειξη, απλά δεν αξιοποιείται τη στιγμή που θα έπρεπε να αξιοποιηθεί.

E.: Μου έχετε περιγράψει τη δράση αναλυτικά, και τους περιορισμούς. Τώρα ας πάμε στη γενίκευση. Πώς πιστεύετε ότι, με αυτή τη λογική, θα μπορούσε κάπως να λειτουργήσει, σε τι πράγμα, σε τι μαγαζί;

A. Δ.: Ωραία. Εμείς επιλέξαμε και συμφωνήσαμε με τον καφέ, γιατί ο καφές, και για αυτόν που πάει να τον κεράσει, αλλά και για αυτόν που πάει να τον πιεί, είναι λίγο στην κουλτούρα μας ο καφές, πρώτον, και δεύτερον, είναι στην κουλτούρα μας το ότι σε κερνάω έναν καφέ. Άρα ο ωφελούμενος πολύ πιο εύκολα θα πάει να δεχτεί έναν καφέ που τον έχει κεράσει κάποιος, γιατί κι εμείς ως φίλοι πάμε και πίνουμε έναν καφέ, και λέω «κερνάω εγώ σήμερα, μην ανησυχείς Άγγελε, θα σε κεράσω εγώ». Δε νιώθεις...

E.: Ντροπή ή αμηχανία.

A. Δ.: ...βαριά. Λες «σήμερα κερνάει η Α. Αύριο, όμως, θα κεράσω εγώ». Αυτό είναι και ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, ότι δε γίνεται κατάχρηση της ευκαιρίας. Σε ένα κατάστημα καφέ στη Θεσσαλονίκη, επειδή έχει πιο πολλούς φοιτητές... Αυτό είναι ένα άλλο θέμα που δε σου είπα. Ανάλογα με την τοπική κοινωνία, υπάρχει και άλλος πληθυσμός. Άλλοι μπορεί να είναι συνταξιούχοι, που πηγαίνουν για καφέ που περιμένει, άλλοι φοιτητές. Στη Θεσσαλονίκη, σε αυτό το καφέ πηγαίνουν πάρα πολλοί φοιτητές, και ο φοιτητής σήμερα, που δεν έχει χρήματα, θα κεραστεί έναν καφέ, αλλά αύριο που θα έχει, θα κεράσει έναν καφέ. Και είναι πολύ όμορφο αυτό.

E.: Υπάρχει η κουλτούρα του καφέ.

A. Δ.: Είναι απενοχοποιημένο, και γι' αυτό κι εμείς το διαλέξαμε. Τώρα από εκεί κι έπειτα, γιατί μας ενδιαφέρει και το φαγητό, γιατί είναι πολύ βασικό, ειδικά τώρα στις μέρες μας, η δυσκολία του είναι πώς θα το απενοχοποιήσεις. Ο μηχανισμός λειτουργεί για οτιδήποτε, οποιοδήποτε είδος ή αγαθό. Θα λειτουργήσει. Το θέμα είναι, όμως, να λειτουργήσει και για τον ωφελούμενο, να πάει να φάει. Άρα, εκεί προσπαθούμε να βρούμε, γιατί μας ενδιαφέρει κι αυτό, το σχεδιάζουμε κι αυτό, πώς μπορεί να είναι. Να είναι «ένα γεύμα σε περιμένει»; Δύσκολο θα είναι. Ένας μεζές, όμως, σε περιμένει, ίσως να είναι πιο απλό. Και δεν είναι φούρνος, να είναι μόνο τυρόπιτα, και τα λοιπά, γιατί είναι και εστιατόρια που ενδιαφέρονται. Ήδη μας έχουν

προσεγγίσει. Αλλά το θέμα είναι πώς ο άλλος θα πάει; Είναι ένα θέμα απενοχοποίησης, κι επειδή όλο θα λειτουργήσει μόνο του, ο άλλος ενδεχομένως να μην πάει. Ενώ το καφεδάκι, ένας άγνωστος σε κερνάει ένα καφεδάκι. Ένας καφές είναι.

Ε.: Ίσως, δηλαδή, να παίζει ρόλο η τιμή του αντικειμένου στο θέμα;

Α. Δ.: Μπορεί να είναι ένας μεζές που να είναι οικονομικός. Δεν είναι θέμα, πιστεύω, τόσο το φαγητό. Ενδεχομένως να είναι για κάποια εστιατόρια, γιατί υπάρχουν και κάποια καφέ που ο καφές είναι 1,5€, αλλά και κάποια που είναι ακριβά, δηλαδή αρκετά καλά καφέ. Οπότε αντίστοιχα μπορεί να γίνεται και στα εστιατόρια αυτό.

Ε.: Είναι θέμα κουλτούρας, νοοτροπίας, και πώς βλέπουμε την προσφορά;

Α. Δ.: Είναι θέμα πώς να το κάνεις εύκολο στους ανθρώπους, χωρίς να νιώσουν άσχημα. Είναι πολύ σημαντικό αυτό. Εμείς, δηλαδή, σε ό,τι κάνουμε, θέλουμε οι άνθρωποι να νιώθουν αξιοπρεπείς, και ωραία, και άνετα. Δε θέλουμε να τους φέρουμε σε δύσκολη θέση, σε καμία περίπτωση. Οπότε θα το δούμε. Ακόμα το εξετάζουμε αυτό.

Ε.: Μάλιστα. Κάτι άλλο που θα θέλατε να συμπληρώσετε;

Α. Δ.: Ναι, αυτό που θα ήθελα να πω είναι ότι, επειδή πρόκειται για ένα κίνημα, και είναι άμεσο, γιατί πηγαίνω στο αγαπημένο μου καφέ και κερνάω και έναν καφέ, το θέμα είναι ότι όλη αυτή η δράση, στα καταστήματα που είναι σε γειτονιές, έχει βοηθήσει την ίδια τη γειτονιά. Από την πρώτη στιγμή που εντάχθηκαν καφέ στο δίκτυο, είναι κυρίες ή κοπέλες της γειτονιάς, που ετοιμάζουν κάθε βδομάδα κέικ ή γλυκά του κουταλιού και τα πηγαίνουν στο καφέ, για να συνοδεύουν τον καφέ που περιμένει.

Ε.: Οπότε υπάρχει προσφορά και εκτός της δράσης, μέσα στη δράση.

Α. Δ.: Υπάρχει διάθεση αγάπης και αλληλεγγύης, χωρίς ελέγχους, χωρίς τίποτα. Αυτό είναι το πιο σημαντικό, ο άλλος να κινητοποιηθεί. Και έχουμε πολλές περιπτώσεις που γίνεται, σε πολλά σημεία, όχι μόνο στην Αθήνα, αλλά σε όλη την Ελλάδα, πηγαίνει κόσμος και προσφέρει λίγο γλυκό, για να συνοδεύσει τον καφέ. Είχαμε ακούσει μια άλλη περίπτωση όπου ήταν ένας άνθρωπος, όχι στην Αθήνα, δε θυμάμαι σε ποια πόλη, άφησε ένα σάκο, ένα πακέτο με καφέ και τους λέει «για τον καφέ που

περιμένει», κι έφυγε. Μια χαρά. Δηλαδή ο κόσμος θέλει να συμμετέχει, και να το υποστηρίξει πολύ αυτό. Και εξακολουθεί να πηγαίνει πολύ καλά.

*(Μετά το τέλος της συνέντευξης, η συνεντευξιζόμενη συμπλήρωσε πως η Σχεδία παρέχει στα συμβεβλημένα καφέ έντυπο ενημερωτικό υλικό (φυλλάδια), αφίσες και αυτοκόλλητα, προκειμένου να αξιοποιηθούν από τους ιδιοκτήτες των καταστημάτων όπως νομίζουν εκείνοι καλύτερα. Έντυπο ενημερωτικό υλικό και αυτοκόλλητο δόθηκε και στον ερευνητή, ως δείγμα.)*

## A.2. X. A. (υπεύθυνος σύνταξης περιοδικού «Σχεδία»)

*(Στην ακόλουθη συνέντευξη αφαιρέθηκαν ορισμένες λέξεις που αποτελούν απρεπείς χαρακτηρισμούς, καθώς επίσης και ονόματα επώνυμων αλυσίδων καφετεριών και καταστημάτων εστίασης, για λόγους διαφήμισης.)*

Ερευνητής: Πώς λειτουργεί η δράση;

X. A.: Με έναν πολύ απλό τρόπο, που μας αρέσει και πάρα πολύ. Δηλαδή, εσύ, κάποιος φίλος σου, η παρέα σου, πηγαίνετε σε ένα καφέ που είναι στο δίκτυο «καφέ που περιμένει», πίνετε τον καφέ σας. Εάν, και εφόσον θέλετε και επιθυμείτε, μπορείτε φεύγοντας ή την ώρα που είστε εκεί, να πληρώσετε τον καφέ σας, να προπληρώσετε έναν δεύτερο καφέ, με μια έκπτωση της τάξης του 35%, και να τον αφήσετε εκεί κάβα, να περιμένει. Το μαγαζί κόβει την απόδειξη. Τα περισσότερα που είναι στο δίκτυο έχουν κι ένα πινακάκι, κάνουν και μια ανάρτηση της απόδειξης για τον «καφέ που περιμένει», και θα πάω το ίδιο απόγευμα, το ίδιο βράδυ, το επόμενο πρωί εγώ, που δεν έχω ούτε για καφέ, και είμαστε εκατοντάδες χιλιάδες άνθρωποι σε αυτή την κατάσταση, αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, να πούμε «υπάρχει εδώ ένα καφεδάκι που περιμένει»; «Ναι, υπάρχει, πιείτε τον». Κερασμένο από έναν άγνωστο φίλο, σε έναν άγνωστο φίλο. Μια απλή, σεμνή πράξη αγάπης και αλληλεγγύης. Τόσο απλό είναι. Είναι ένα απλό κέρασμα. Τίποτα περισσότερο, τίποτα λιγότερο. Εμείς αυτό που λέμε, για να συμπληρώσω και να σε βοηθήσω, που το ξεκινήσαμε κι εμείς πολύ απλά, ως μια παρέα ανθρώπων που είμαστε και ξεκινήσαμε και τη Σχεδία, είναι ότι θέλουμε αυτός ο καφές, αυτή η πρωτοβουλία, να δουλέψει σε επίπεδο γειτονιάς, στον ιδανικό κόσμο το δικό μας. Δηλαδή, σε αυτή τη γειτονιά, που βλέπεις τα παντζούρια κλειστά και νομίζεις ότι είναι στοιχειωμένα, και δε μένει ψυχή μέσα, μένουν άνθρωποι μέσα, τις περισσότερες φορές, που δεν έχουν φράγκο να βγουν από το σπίτι, να πιουν έναν καφέ. Εμείς θέλουμε σε αυτόν τον άνθρωπο, αυτός ο καφές που κερνάς εσύ να του πει «βγες από το σπίτι». Μην είσαι εγκλωβισμένος στον καναπέ και βλέπεις τηλεόραση. Πήγαινε στο καφέ της γειτονιάς σου, πιες ένα καφεδάκι. Κερασμένος είναι, δεν είναι επαιτεία. Το απενοχοποιεί αυτό το «κερασμένος». Πιες το καφεδάκι σου, και πού ξέρεις; Πέραν του να βγεις από αυτή την ψυχική δυσκολία, το πηγαίνουμε και πιο μακριά. Με το που θα βγεις, θα γνωρίσεις έναν άνθρωπο, θα σου πει «ρε συ Γ., X., τι δουλειά έκανες; Υδραυλικός; Έλα να κάνουμε ένα μερεμετάκι». Αυτή η κοινωνικοποίηση, και σε επίπεδο



γειτονιάς. Και μας συγκλονίζει όταν μαθαίνουμε ότι σε πολλές γειτονιές λειτουργεί σε σημείο που οι γειτόνισσες να φτιάχνουν γλυκό του κουταλιού και να το πηγαίνουν στα μαγαζιά και να λένε «μαζί με τον καφέ που θα έρθει να πει ο άλλος, δώστε του και γλυκό του κουταλιού από μένα». Αυτό το τόσο απλό.

Ε.: Ωραία, έρχεται ένα καφέ και σας λέει «θέλω να μπω στη δράση». Εσείς τι του λέτε του καφέ; Πώς του εξηγείτε τη δράση;

Χ. Α.: Του εξηγούμε αυτό ακριβώς που σου είπα κι εσένα. Ξέρεις τι γίνεται; Εμείς δεν έχουμε καμία δυνατότητα να ελέγξουμε τα μαγαζιά, ούτε καμία τέτοια διάθεση. Ούτε χωροφύλακες είμαστε. Εμείς ξεκινήσαμε μια ιδέα που είναι κοινή σε όλους. Εμείς δε διεκδικούμε κανένα τίτλο κυριότητας στην ιδέα. Σε τελευταία ανάλυση, εσύ μπορεί να έχεις ένα καφέ και να μη θες να μπει σε αυτό το δίκτυο, να το κάνεις μόνος σου, που πολλοί το κάνουν και μόνοι τους. Εμείς λέμε στα μαγαζιά ότι αυτή είναι η ιδέα. Εμείς με τις μικρές μας τις δυνάμεις θα το υποστηρίξουμε επικοινωνιακά, μέσα στο περιοδικό, στο Facebook, στον κόσμο που μας ξέρει, σε τηλεοπτικά ρεπορτάζ. Και πριν δύο βδομάδες ήταν στο 4Greece.

Ε.: Απλά όταν σας λέει το καφέ «εγώ θέλω να κάνω αυτό», εσείς δεν του δίνετε κάποιες οδηγίες, κάποιες συμβουλές, του στυλ «πρέπει να έχεις ένα βάζο σε ένα συγκεκριμένο σημείο». Αυτά θέλω να μου πείτε.

Χ. Α.: Τους εξηγούμε ότι λειτουργεί έτσι. Τους λέμε ότι τα περισσότερα από αυτά τα μαγαζιά έχουν ένα πινακάκι με μια κιμωλία, ή κάποια έχουν κρεμάσει ένα σπάγκο και κρεμάνε τις αποδείξεις με ένα μανταλάκι, και τα λοιπά, τους δίνουμε κάποια φυλλάδια που τυπώσαμε, για να ενημερώνουν τον κόσμο. Εμείς δε λέμε τίποτα παραπάνω. Να ξέρεις ότι στην ουσία το μαγαζί μόνο όφελος έχει. Στην ουσία το μαγαζί επικοινωνεί την αγάπη και την αλληλεγγύη τη δική σου, που πληρώνεις τον καφέ, προς εμένα, τον άγνωστο φίλο που δεν έχει ούτε για καφέ. Το μαγαζί θα βγάλει και χρήματα, και μάλιστα, κι εμείς το λέμε αυτό, εάν κάποια μαγαζιά στο Πέραμα, σε φτωχογειτονιές της Αθήνας, μέσα από αυτό τον καφέ που περιμένει πουλήσουν 100 καφέδες το μήνα παραπάνω, και βγάλουν 200€, για κάποια μαγαζιά καφέ μπορεί να είναι και σωτηρία, να μείνει το μαγαζί ζωντανό. Μας αρέσει αυτή η ιδέα.

Ε.: Μου είπατε, στην ουσία, ότι τους δίνετε αυτές τις συμβουλές, σε ένα εμφανές σημείο να είναι ορατός ο καφές. Υπάρχουν κάποιες δυσκολίες ή κάποιοι περιορισμοί στη δράση, στον τρόπο λειτουργίας της;

Χ. Α.: Ένα άλλο πράγμα που μας αρέσει πολύ σε αυτή την πρωτοβουλία είναι ότι το 2015, κι ενώ φαινομενικά έχουν καταρρεύσει όλα γύρω μας, εμείς εξακολουθούμε να πιστεύουμε στις αρχές της αγάπης, της αλληλεγγύης και της εμπιστοσύνης. Εκεί υπάρχει μια σχέση εμπιστοσύνης σε δύο επίπεδα. Εγώ σε εσένα, που είσαι μαγαζάτορας, θα σου δώσω 1€ να κεράσεις την άγνωστή μου Α., που θα έρθει να πιει έναν καφέ, και θα τον κεράσεις, δε θα τσεπώσεις το ευρώ. Ένα δεύτερο είναι ότι η Α., που θα έρθει να διεκδικήσει αυτόν τον καφέ, έχει όντως ανάγκη, δεν έχει να πληρώσει για καφέ, και δεν είναι ένα \*\*\* (αρνητικός χαρακτηρισμός) που το έμαθε και κάνει πλάκα με την παρέα του «ρε συ πάμε να ψειρίσουμε ένα καφεδάκι έτσι». Αυτά τα φαινόμενα και να συμβαίνουν, εμείς λέμε ότι για ένα \*\*\* (αρνητικός χαρακτηρισμός) ή για έναν παλιάνθρωπο δε θα ακυρωθεί μια ολόκληρη δράση, που μέσα σε τρεις μήνες έχει ξεκινήσει από την Ορεστιάδα και φτάνει μέχρι την Κύπρο. Κοιτάμε να το προφυλάξουμε με όσους τρόπους μπορούμε. Κατ' αρχήν, μεταθέτεις στο μαγαζί πώς θα το χειριστεί. Δεύτερον, ξεκινάμε με την αρχή ότι όλα τα μαγαζιά είναι έντιμοι άνθρωποι, και όχι ανέντιμοι. Για να θες να ξεκινήσεις αυτό το πράγμα και να έρθεις εδώ να πάρεις υλικό, πιστεύουμε, και με μια αφέλεια, αν θες, δεν το κάνεις για να βγάλεις 10 καφεδάκια. Γιατί αυτό θα μαθευτεί. Όταν το συζητούσαμε με το εξωτερικό, που λειτουργεί ο καφές, και λέγαμε «ρε παιδιά, αν γίνει αυτό;», μας είπαν «κοιτάξτε να δείτε. Δε θα γίνει, αλλά και να γίνει, αποκλείεται να μείνει κρυφό». Θα μαθευτεί ότι αυτός ο τύπος εισπράττει καφέδες και δεν τους κερνάει. Άμα μαθευτεί, που θα μαθευτεί, θα είναι το τέλος του. Μόνο η βοή από τα social media, θα το ξεσηκώσει. Εμείς βλέπουμε και πιστεύουμε ότι ο καφές λειτουργεί, ότι εγώ κερνάω ένα καφεδάκι, κι εσύ πας και τον πίνεις.

Ε.: Οπότε δεν έχει εμφανιστεί κάποιο πρόβλημα στη λειτουργία του καφέ.

Χ. Α.: Δε μας έχουν πει κάτι. Ένας άλλος τρόπος που κοιτάμε να το προφυλάξουμε ποιος είναι; Εγώ μένω στα Εξάρχεια. Στα Εξάρχεια είναι 2-3 καφέ που με τους καφέδες μου έχω χτίσει το ¼, μόνο μετοχές δε έχω. Επειδή ξέρω ότι εκεί υπάρχει ένας \*\*\* (αρνητικός χαρακτηρισμός που υποδηλώνει ανεύθυνη και εγωκεντρική συμπεριφορά) από κάποιους ανθρώπους που δεν έχουν σχέση με τη γειτονιά και το

πνεύμα της γειτονιάς, απλά έχουν παρεισφρήσει σε αυτή τη γειτονιά και είναι απλά \*\*\* (αρνητικός χαρακτηρισμός), εκεί σε κάποια καφέ, που θα μπορούσαμε να στήσουμε τον καφέ από την πρώτη μέρα, δεν το κάναμε ακριβώς επειδή υπάρχει αυτός ο φόβος, ότι θα πάνε κάποιοι άνθρωποι που έχουν για καφέ, αλλά θα πάνε μόνο για τον \*\*\* (αρνητικός χαρακτηρισμός που υποδηλώνει ανεύθυνη και εγωκεντρική συμπεριφορά).

E.: Μου είπατε για τη δράση. Εσείς πώς φαντάζεστε αυτή τη δράση να προχωράει;

X. A.: Όπως σου είπα, να λειτουργήσει σε επίπεδο γειτονιάς.

E.: Σε οποιοδήποτε μαγαζί, πιστεύετε εσείς; Σε οποιαδήποτε επιχείρηση ή οργάνωση ή οτιδήποτε; Τι θα φαντάζεστε εσείς για αυτή τη δράση;

X. A.: Εμείς δεν κάνουμε αποκλεισμούς, δεν τσεκάρουμε ανθρώπους. Ωστόσο, έχουν έρθει δύο μεγάλες αλυσίδες καφέ για να μπουν στο δίκτυο, και είπαμε όχι. Μπορούν να το ξεκινήσουν μόνες τους, αν θέλουν. Ξέρεις τι γίνεται; Αν και εμείς πιστεύουμε ότι είμαστε ειλικρινείς, το θέλουμε και για επικοινωνιακούς λόγους, αλλά όλα αυτά τα μαγαζιά είναι franchise, τα έχουν πάρει απλοί άνθρωποι και κοιτάνε στο όνομα του \*\*\* (αναφορά σε επώνυμη αλυσίδα καφετεριών) να βγάλουν ένα μεροκάματο. Είπαμε όχι, γιατί φοβόμαστε, επειδή αυτό ακριβώς είναι τόσο αυθόρμητο και τόσο απλό... (διακοπή)

E.: Λέγατε για τις αλυσίδες franchise ότι δε θα λειτουργήσει.

X. A.: Ναι, γιατί ο κόσμος θα το δει καχύποπτα. Θα πει ότι μπίζνες κάνουν, το \*\*\* (αναφορά σε επώνυμη αλυσίδα καφετεριών) εκμεταλλεύεται αυτό το πράγμα.

E.: Συν ότι δεν έχει και αυτό το χαρακτήρα της γειτονιάς μια τέτοια αλυσίδα. Είναι πιο πολύ αποστασιοποιημένα.

X. A.: Ναι, είναι λίγο απρόσωπα. Άμα το σκεφτείς, αυτά franchise είναι, δίνω εγώ το όνομα σε σένα, σε σένα, σε σένα. Αυτή είναι η ανησυχία μας. Γιατί ο άλλος θα δει \*\*\* (αναφορά σε επώνυμες αλυσίδες καφετεριών και καταστημάτων γρήγορης εστίασης).

Ε.: ...και να πει ότι «πόση ανάγκη μπορεί να το έχουν», αν είναι μια πολυεθνική από πίσω ή μια τέτοια εταιρεία. Πέραν του καφέ, αυτόν τον μηχανισμό της προσφοράς πού θα μπορούσατε να τον δείτε; Σε τι είδος μαγαζιού;

Χ. Α.: Θεωρητικά παντού, σε όλα τα πράγματα. Εμείς θέλουμε να κάνουμε και το φαγητό που περιμένει, και θα το κάνουμε, αν και κάποια μαγαζιά το κάνουνε και μόνοι τους, όπως και τον καφέ. Απλά να το συντονίσουμε, να κάνουμε μια καμπάνια, ώστε να βοηθήσει. Μας έχει πει ο κόσμος «κάντε το και σε φούρνους, με ψωμί». Εκεί έχει μια δυσκολία. Η δυσκολία είναι ότι τον καφέ, που είναι κάτι πολύ διαφορετικό και πολύ απλό, εύκολα μπορώ να πω ότι κερνάω ένα καφέ και να το απενοχοποιήσω, ως ένα κερασμάκι. Όταν αφήσω μια τυρόπιτα σε ένα φούρνο, κερνάω μια τυρόπιτα; Εκεί έχει τη διάσταση της φιλανθρωπίας, «ορίστε, πάρε φτωχέ μια τυρόπιτα να φας».

Ε.: Εννοείται ότι ενώ με τον καφέ, έχουμε αυτή την αίσθηση του φιλικού, το ότι σε κερνάω, είμαστε παρέα. Αλλά στην τυρόπιτα και στο φαγητό έχει αυτή την ανασφάλεια, τη ντροπή, τη συστολή, και δε θα το δεχτεί.

Χ. Α.: Ήδη και με τον καφέ υπήρχε μια δυσκολία, γιατί ο κόσμος κερνάει εύκολα, δύσκολα θα πάει να τον πιεί. Και με το φαγητό είναι πιο δύσκολο. Εμείς ψάχνουμε να βρούμε έναν τρόπο να περάσει στον κόσμο σαν μια ευχάριστη, ανώδυνη πράξη αγάπης, που δεν έχει καμία ντροπή. Αυτή είναι η δυσκολία μας.

Ε.: Γιατί ίσως έχουν τη λογική του συσσιτίου, ότι είναι σα να πηγαίνει στο συσσίτιο. Και το συσσίτιο, ταυτόχρονα, έχει την έννοια ότι είμαι σε δυσχέρεια, άρα κάπου αν την έχεις πραγματικά ανάγκη αυτή την τυρόπιτα να πεις ότι «όχι, ντρέπομαι». Είναι θέμα ντροπής, υπερηφάνειας ή αξιοπρέπειας.

Χ. Α.: Μπράβο, αυτό είναι και ένα θέμα για τις επόμενες καμπάνιες μας για τα συσσίτια, γιατί εμείς πιστεύουμε ότι τα συσσίτια πρέπει να έχουν αξιοπρέπεια. Γιατί στα συσσίτια πηγαίνουμε εσύ κι εγώ, δεν πηγαίνει κανένας άλλος. Πρέπει τα συσσίτια να έχουν το φαγητό που τρως εσύ κι εγώ στο σπίτι μας, με την ίδια ευγένεια, την ίδια ανθρωπιά, την ίδια ζεστασιά που απολαμβάνουμε εσύ κι εγώ στο σπίτι μας. Αυτό είναι μια άλλη παρένθεση, που για μας είναι πάρα πολύ σημαντική, γιατί μιλάμε με ανθρώπους κάθε μέρα, που πηγαίνουν και παίρνουν σε συσσίτια, και

ξέρουμε πόσο τους βαραίνει την ψυχή. Η φτώχεια δεν είναι στίγμα και δεν πρέπει να σου βαραίνει την ψυχή.

### A.3. X. Αν. (υπεύθυνος καφετέριας)

Ερευνητής: Στην ουσία θέλω να μου πείτε πώς λειτουργεί. Όταν πήγατε εσείς στη Σχεδία και ρωτήσατε «θέλω να κάνω τη δράση» και σας είπαν πέντε πράγματα. Εσείς πήρατε την απόφαση να το λειτουργήσετε με έναν τρόπο. Πώς λειτουργεί ο «καφές που περιμένει» εδώ;

X. Αν.: Ωραία, είναι απλό. Περνάει ο κόσμος για καφέ. Είναι υποχρέωση ηθική, γιατί είμαστε σαν παρέα εδώ, οπότε το πιο απλό πράγμα που κάνεις είναι να εξηγήσεις ότι αυτό το πράγμα ξεκίνησε στη Νάπολη, φαντάζομαι ξέρεις την ιστορία...

E.: Ναι.

X. Αν.: ...τι ακριβώς έχει συμβεί. Έχει στατιστικά που έχουν δείξει ότι αυτοί οι άνθρωποι, το πρώτο πράγμα που κάνουν όταν πάνε για δουλειά είναι να πάνε να πούνε έναν καφέ. Τα παιδιά που είναι σέρβις στο μπαρ, πίνοντας εσύ έναν καφέ, σου λένε ότι αν αφήσεις άλλα 2€, που είναι τα 2/3, κοντά στην τιμή του take away, ας πούμε. Αφήνεις τα χρήματα αυτά, τα χρήματα αυτά μπαίνουν στο ταμείο, και στον πίνακα που είναι έξω, κεντρικός, χρεώνεται ένας καφές συν, στον οποίο κόβεται η απόδειξη εκείνη τη στιγμή, γιατί δε μπορείς να έχεις απόδειξη αναδρομικά, δηλαδή να την έχεις κόψει εσύ και να έρθεις εσύ την άλλη μέρα να μου ζητήσεις καφέ, και εγώ να σου δώσω εκείνη την απόδειξη που είναι χθεσινή. Οπότε αυτό, όπως με πολλά πράγματα στην Ελλάδα, έχει ένα θέμα, αλλά το λύνουμε, προς το παρόν, έτσι.

E.: Δηλαδή ότι βάζετε εσείς τα λεφτά στο ταμείο και ξέρετε ότι είναι ένας καφές εκεί.

X. Αν.: Ξέρουμε από τον πίνακα ότι είναι ένας καφές εκεί.

E.: Σβήνετε έναν καφέ και κόβετε εκείνη τη στιγμή, εκ των υστέρων, την απόδειξη.

X. Αν.: Για να σου δώσω ένα παράδειγμα, εμείς μέχρι προχθές είχαμε 20, πριν ένα μήνα είχαμε 60, αυτή τη στιγμή, δεν ξέρω αν είδες τον πίνακα, έχουμε 12. Είναι δύο παιδιά, τα οποία είναι εδώ, ο ένας είναι άστεγος και ο άλλος είναι άνεργος. Και τα δύο δουλεύουν για τη Σχεδία, και γι' αυτό το ξέρουν, γιατί έχουν περάσει κι άλλοι άνθρωποι. Δηλαδή, εμείς έχουμε στάνταρ δύο καφέδες την ημέρα, οπότε, όπως καταλαβαίνεις, όταν οι 60 είχαν φτάσει τους 8, εμένα δε μου ήταν πρόβλημα να βάλω 10€ μέσα στο ταμείο και να χρεώσω (καφέδες), από δικά μου λεφτά, όχι λεφτά του μαγαζιού.

E.: Ο καφές είναι μια στάνταρ τιμή ή όποιο είδος καφέ...

X. Αν.: Όχι, έχουμε ορίσει τα 2€ ότι είναι ένα ποσό, το οποίο είναι εντάξει για τον οποιονδήποτε καφέ, γιατί μπορεί κάποιος να ζητήσει έναν γαλλικό, μπορεί να ζητήσει ένα φρεντοτσίνο, μπορεί να ζητήσει κάτι που είναι πιο (ακριβό). Μπορεί να ζητήσει και ένα εσπρεσσάκι, βέβαια. Θα μου πεις, τι κάνουμε εκεί; Εντάξει, εγώ δεν το θεωρώ τραγικό αν έρθεις εδώ πέρα να πεις καφέ, και είναι να αφήσεις 6€ για να κάτσεις να πεις εσύ δύο καφέδες, γιατί τόσο έχουν οι καφέδες εδώ, οι καφέδες είναι φθηνοί εδώ, και σου πει ο άλλος ότι «ξέρεις κάτι; Αφήνοντας 4€ έχουμε βάλει δύο καφέδες»... Δηλαδή, εσύ μπορεί να αφήσεις 4€ κι εγώ να μη γράψω δύο καφέδες, να γράψω τρεις. Κατάλαβες τι θέλω να σου πω. Δηλαδή έτσι γίνεται. Το επικοινωνούμε εμείς με τον κόσμο, του εξηγούμε πώς έχει η κατάσταση, και τον ευχαριστούμε όταν αυτός καταλάβει τι κάνουμε και αφήσει χρήματα στο χώρο.

E.: Και ο πίνακας; Γιατί διαλέξατε πίνακα και όχι κάτι άλλο;

X. Αν.: Μας φάνηκε πιο...

E.: Βολικό;

X. Αν.: Πιο ανθρώπινο. Γιατί τι σκέφτεσαι εσύ; Τι άλλο θα μπορούσε να είναι;

E.: Επειδή είχε προτείνει η Σχεδία κάποιο βάζο, κάποιο πίνακα να κρεμάτε αποδείξεις, οπότε το πρόβλημα ήταν ότι επειδή κόβετε εκείνη τη στιγμή τις αποδείξεις...

X. Αν.: Ναι. Μετά θα είναι κρεμασμένες και οι αποδείξεις, και σε βρίσκει η Εφορία και θα σου πει «για ποιο λόγο έχεις εσύ κρεμασμένες αποδείξεις που είναι πριν από 15 μέρες», και άντε να του εξηγήσεις εσύ ότι γίνεται αυτό, και να μη σκεφτεί ο άλλος, καλή τη πίστει, ότι τα παιδιά κάνουν κάτι, το οποίο το αγαπάνε, και νοιάζονται, και δε θα γίνει τίποτα. Αν δεν το σκεφτεί έτσι, θα σου τραβήξει μια ωραία 500αρα (ευρώ) πρόστιμο, κι εσύ θα του έλεγες «καλύτερα ρε φίλε ασ' τα, και θα γράψω εγώ εκεί πέρα 350 καφέδες».

E.: Κάποιο άλλο λειτουργικό πρόβλημα με τη δράση; Μου είπατε τις αποδείξεις.

X. Αν.: Μόνο αυτό. Κανένα.

E.: Δεν υπάρχει πρόβλημα κατάχρησης της δράσης;

X. Αν.: Κοίτα, αυτό είναι στο χέρι μας. Να σου δώσω ένα παράδειγμα: έρχονται εδώ πέρα κάποια παιδιά, τα οποία είναι φοιτητές, και τα βλέπεις ότι πληρώνουν με ψιλά, και δυσκολεύονται. Τους εξηγείς, λοιπόν, ότι μια μέρα, έχω εκεί πέρα 50 καφέδες, το να σας κεράσω εσάς 4 καφέδες και να τους αφαιρέσω από κει... Επειδή για μένα, το πρόβλημα δεν είναι ότι εσύ είσαι δηλωμένος άστεγος ή δηλωμένος άνεργος. Μπορεί να είσαι φοιτητής, και να είσαι με τους δικούς σου, και να είναι ο πατέρας σου άνεργος, κι εσύ έρχεσαι εδώ πέρα να πληρώσεις έναν καφέ 3€, και κάθεσαι και κάνεις 20 (λεπτά), 10 (λεπτά), 20 (λεπτά), 10 (λεπτά)... Εντάξει, λες την πρώτη φορά «έχει ψιλά μαζί του», τη δεύτερη φορά λες «έχει ψιλά μαζί του», την τρίτη φορά; Αυτό το παιδί όλο με ψιλά έρχεται εδώ; Οπότε, και αυτό είναι το ωραίο με τη γενιά σας, ότι υπάρχει μια συνεννόηση, τους εξήγησα ότι δε μπορώ να το κάνω κάθε μέρα, συνέχεια αυτό το πράγμα, γιατί έρχονται... Την καταλαβαίνω την ανάγκη τη δικιά σου, το εκτιμώ ότι εσύ δε μου είπες τίποτα, και ότι είναι δικιά μου κίνηση για να γίνει αυτό το πράγμα, γιατί εγώ απλά κάπου εντόπισα ένα θέμα, αλλά από κει και πέρα, θα ήθελα αυτοί οι καφέδες να φεύγουν σε άτομα που πραγματικά είναι στο δρόμο.

E.: Υπάρχει, δηλαδή, κάποιος έλεγχος στο ποιος παίρνει καφέ ή είναι στη διακριτική ευχέρεια του άλλου;

X. Αν.: Έλα να κάτσεις ένα βράδυ, δε χρειάζεται... Μετά από 15 χρόνια βράδυ, ξέρεις πολύ καλά ποιος είναι στο δρόμο και ποιος είναι στο σπίτι του. Το τυπικό είναι, ξέρεις, κάρτα ανεργίας.

E.: Δηλαδή κάνετε έναν στοιχειώδη έλεγχο.

X. Αν.: Βέβαια. Αν δεν ξέρεις τον άλλον του λες «έχεις κάρτα ανεργίας»; Και να έχει λήξει η κάρτα, δε θα μπω στη διαδικασία...

E.: Ναι, γιατί κάποια στιγμή υπήρξε άνεργος.

X. Αν.: Ναι. Κατ' αρχάς είναι θέμα αξιοπρέπειας. Είναι ωραίο να ξέρεις ότι κάποιος άλλος έχει αφήσει έναν καφέ για σένα, ένας άγνωστος φίλος, ας πούμε, στην τελική, για να τον πιεις, και φαντάσου σε τι κατάσταση θα είσαι για να έρθεις να μου πεις ότι «ξέρεις κάτι; Θέλω να πω έναν από αυτούς τους καφέδες». Κι έχω κι ένα άλλο πράγμα στη ζωή μου, ότι, πώς να στο πω; Ήρθες εσύ και μου λες «να πω»; Οκ, θα στον φτιάξω. Τώρα αν εσύ είσαι φοιτητής και τελειώνεις το μεταπτυχιακό, κι ο πατέρας σου είναι δικηγόρος και δουλεύει και έχετε λεφτά, το να έρθεις εσύ και να το



κάνεις αυτό το πράγμα, εμένα δε μου είναι πρόβλημα, έχω χάσει έναν καφέ. Εσύ έχεις χάσει.

Ε.: Είναι θέμα αξιοπρέπειας και σεβασμού απέναντι στο συνάνθρωπο.

Χ. Αν.: Αυτό, κι έχεις χάσει και στο γεγονός ότι... Ψέμα. Δεν κάνεις κακό σε εμένα. Στον εαυτό σου έκανες.

Ε.: Μάλιστα. Άμα αυτή τη δράση, τον «καφέ που περιμένει», τον βλέπαμε κάπου αλλού, σε κάποιο άλλο είδος, έχετε μια ιδέα, κάτι;

Χ. Αν.: Σε πολλά πράγματα θα μπορούσε να γίνει στην Ελλάδα, εγώ έτσι πιστεύω. Θα σου πω: τρόφιμα, τα οποία λήγουν στο σούπερ μάρκετ, που έχουν κάνει κάποια κίνηση που πληρώνεις τρόφιμα που μπαίνουν σε ένα καλάθι. Θα μπορούσε να γίνει με ρούχα. Δε μιλάω για μεταχειρισμένα, παλιά, αυτό που κάνεις εσύ κι εγώ και τα πάμε στην ενορία. Θα μπορούσε να γίνει σε μαγαζιά. Έχεις ένα πράγμα στη βιτρίνα σου ενάμιση χρόνο.

Ε.: Δηλαδή να μπαίνει ο άλλος και θα δίνει ένα...

Χ. Αν.: Να έχει μια κάρτα. Απλά ξέρεις ποιο είναι πάντα το πρόβλημα στην Ελλάδα; Έχουμε καταφέρει οι ομάδες που είναι αποξενωμένες, που είναι στο περιθώριο να είναι άτομα που είναι άνω των 45 και δε βρίσκουν δουλειά, παιδιά μικρά που είναι χωρίς προϋπηρεσίες και σου λέει ότι δεν κάνουν, και μαζί με αυτό όλο είναι άτομα, τα οποία είναι χρήστες, άτομα, τα οποία είναι πρώην αλκοολικοί. Και ξέρεις ποιο είναι το άσχημο; Ότι το πρώτο πράγμα που σκέφτεσαι, και αν δεν είσαι ώριμος στη σκέψη μπορείς να την πατήσεις πάρα πολύ εύκολα, γιατί κι εγώ μαγαζί είχα πριν πάρα πολλά χρόνια, και ξαναέχω τώρα, και είναι ένα πράγμα που θα έπρεπε να ντρέπεσαι κανονικά να το σκεφτείς, είναι πόσο κακό θα μπορούσε να μου κάνει εμένα η εικόνα ενός ανθρώπου, ο οποίος προσπαθεί να... είναι σε φάση rehab...

Ε.: Απεξάρτησης και επανένταξης.

Χ. Αν.: Ναι, και θα είναι εδώ στο μαγαζί και θα κάτσει να πιεί έναν καφέ. Ξέρεις, πώς θα φανεί στους άλλους. Τι άντερα πρέπει να έχεις εσύ για να καταλάβεις ότι αυτός ο άνθρωπος για κάποιο λόγο είναι εδώ, κι εγώ είμαι τελικά χαρούμενος που είναι εδώ, αν δε σε ενοχλήσει. Κατάλαβες;

E.: Δηλαδή δεν είμαστε τόσο ανεκτικοί ως εικόνα.

X. Av.: Είναι το πρώτο πράγμα που σκέφτεσαι, και κανονικά θα έπρεπε να ντρέπεσαι. Γιατί ξέρεις τι κάνουν αυτά τα παιδιά; Ούτε καν σκέφτονται ότι θέλουν να κάτσουν στο μαγαζί. Έχουμε εμείς κομμάτι της ευθύνης που τους κάνουμε να νιώθουν ότι «δε μπορείς να είσαι εδώ», παρόλο που, αν δεν έχει κόσμο, καθόμαστε μαζί και συζητάμε, και μαθαίνεις. Φυλακή δεν έχεις κάνει, δεν έχω κάνει, εύχομαι να μην κάνουμε ποτέ, για τον οποιονδήποτε λόγο. Τώρα, βέβαια, έτσι όπως μεγαλώνουμε, δεν ξέρεις και για ποιο λόγο μπορεί να βρεθείς μέσα. Ας πούμε σκοτώθηκε ο πατέρας σου 30 χρόνια για να κάνει ένα σπίτι, και ξαφνικά, μέχρι να το τελειώσει, σκάει ο άλλος και σου λέει «Έξω, κύριε, και μέσα»...

E.: Γιατί το σπίτι είναι υποθηκευμένο. Οπότε ένα πρόβλημα είναι και η κατανόηση και η δεκτικότητα του κόσμου, να τους δεχτεί ως συμμετέχοντες στην προσφορά. Υπάρχει κάποια συστολή, κάποια ντροπή στο να ζητήσει ο άλλος καφέ;

X. Av.: Όχι.

E.: Το ζητάει πιο άνετα.

X. Av.: Ναι. Κι επίσης ένα καλό πράγμα που έχει κάνει η Σχεδία είναι το πολύ σημαντικό, ότι δε μπορείς να δώσεις... Να σου δώσω ένα παράδειγμα. Αν θες να δώσεις ένα χυμό, δεν τρέχει τίποτα. Του βάζεις ένα χυμό. Αλλά αν έρθει και σου πει «μια μύρα», δε γίνεται. «Ένα ποτήρι κρασί», δε γίνεται. «Ένα ποτήρι βότκα», δε γίνεται.

E.: Περιορίζεται στον καφέ.

X. Av.: Ναι, γιατί είναι ένα πράγμα, το οποίο δεν έχει αυτή την αίσθηση του addiction, ότι δεν είσαι εξαρτημένος από κάτι, το οποίο κοιτάς να το αποφύγεις. Είτε είσαι πρώην junky, είτε είσαι πρώην αλκοολικός. Οπότε εκεί υπάρχει μια δικλείδα ασφαλείας.

E.: Το ότι προστατεύεις τον άλλον, μην ξανακυλήσει σε κάτι.

X. Av.: Εννοείται. Και το μαγαζί σου, και το χώρο σου.

E.: Μάλιστα. Κάτι άλλο θα ήθελες να συμπληρώσεις για τη δράση;

X. Αν.: Όχι. Θα ευχόμουνά...

Ε.: Να επεκταθεί περισσότερο η δράση;

X. Αν.: Ναι. Να καταλάβει ο κόσμος τι ακριβώς γίνεται και τι κατάσταση ζούμε, και αυτό το πράγμα που περνάμε τώρα μας φέρνει πιο κοντά, γιατί υπάρχει ακόμα πολύς κόσμος που σφυρίζει αδιάφορα, και θα φτάσει στην πόρτα του κάποια στιγμή. Μη γελιέσαι.

#### A.4. K. Z. (υπεύθυνη καφετέριας)

Ερευνητής: Το βασικό θέμα είναι πώς λειτουργεί η δράση; Έχω ήδη μιλήσει με τους ανθρώπους της Σχεδίας και μου έχουν πει ότι σας λένε πέντε πράγματα κι εσείς διαλέγετε πώς θα το κάνετε. Εδώ πώς το οργανώνετε;

K. Z.: Εδώ υπήρξε μια πρώτη προσέγγιση στον «Καφέ που περιμένει» με τη λογική ότι φτάσαμε να το καταστήσουμε σαφές στον κόσμο τι είναι (η δράση), με κάποια ενημερωτικά φυλλάδια, με το σηματάκι, που όλοι ρώτησαν, και φυσικά μιλώντας με ανθρώπους. Από κει και πέρα, το όλο πράγμα στήθηκε, εφόσον εξηγήθηκε στον κόσμο, μέσω των φυλλαδίων και όλων των τρόπων που σου είπα. Ξεκίνησε η προσφορά του κόσμου, και κατόπιν ήρθε και η ζήτηση. Στην ουσία εμείς στήσαμε μια γυάλα, όπου ο καθένας που κέρναγε έναν καφέ, για μας αντιστοιχούσε και σε ένα χαρτάκι με μια ευχή. Κάποια στιγμή γεμίσαμε μια γυάλα με ευχές και καφεδάκια που περίμεναν, και κάποια στιγμή εμφανίστηκε ο πρώτος που ρώτησε εάν υπάρχει κάποιος καφές που περιμένει, οπότε μαζί με τον καφέ του πήρε κι ένα χαρτάκι, και κάπως έτσι ξεκίνησε και μεταδόθηκε.

E.: Διαλέξατε τη γυάλα με το χαρτάκι. Γιατί;

K. Z.: Ψάχναμε, κατ' αρχάς, έναν τρόπο που θα είναι κάτι όμορφο, και νομίζω ότι είναι σημαντικό αυτός που θα κεράσει τον καφέ, και αυτός που θα κεραστεί, πέραν την όποια χρηματική συναλλαγή, ότι δίνει ένα ποσό κάποιος και ο άλλος έρχεται και κερνιέται, να υπάρχει και κάτι λίγο πιο ανθρώπινο, μια ευχή. Και χαρήκαμε πολύ όταν την πρώτη φορά που συνέβη αυτό, ο πρώτος άνθρωπος που πήρε χαρτάκι έφυγε χαμογελώντας. Οπότε το βρήκαμε λίγο πιο ουσιαστικό, από τον καφέ ως καφέ μόνο του. Δηλαδή να πάρει έναν καφέ, οκ, αλλά το να διαβάσει μια ευχή, να πάρει λίγη καλή διάθεση από αυτόν που τον κέρασε τον καφέ, μας φάνηκε λίγο πιο οικείο, λίγο πιο ζεστό.

E.: Οπότε δε διαλέξατε τον πίνακα, που είναι κάτι πιο ψυχρό.

K. Z.: Όχι. Αν και, ομολογουμένως, στην πορεία νομίζω ότι φάνηκε ότι ίσως ο πίνακας να ήταν πιο σαφής, δηλαδή πόσα καφεδάκια περιμένουν, επειδή είναι το πιο προφανές, και για τον πελάτη, και για αυτόν που θέλει να τον κεράσει, και για αυτόν που θέλει να κεραστεί. Μερικές φορές το ντελικάτο και το «γλυκό» δε βοηθάει, ίσως, και θα πρέπει να το υπενθυμίζεις πιο έντονα στους ανθρώπους, δυστυχώς, κι αυτό δε

γίνεται με τον τρόπο που εμείς διαλέξαμε. Οπότε, τώρα μας πετυχαίνεις σε μια φάση που το σκεφτόμαστε πώς θα μπορέσουμε να το συνδυάσουμε.

E.: Οπότε το βάζο δε λειτουργεί απόλυτα, ενώ η ευχή λειτουργεί.

K. Z.: Η ευχή λειτουργεί. Το βάζο, ως βάζο, όχι, γιατί πρέπει να εστιάσει κάποιος το βλέμμα του εκεί που είναι, να σε ρωτήσει, ενώ ένας πίνακας που γράφει κάτι πάνω ξεκάθαρα είναι πολύ πιο σαφής.

E.: Ένα πρώτο πρόβλημα είναι αυτό. Κάποιο άλλο πρόβλημα που να εμφανίστηκε στην πορεία της δράσης;

K. Z.: Ομολογώ πως όχι. Μας είχαν ενημερώσει ότι μπορεί να συναντήσουμε διάφορα προβλήματα ή κάποιες δυσκολίες, αλλά όχι. Η αλήθεια είναι ότι ήρθαμε σε λίγο δύσκολη θέση τελευταία, δηλαδή τον τελευταίο καιρό, λόγω περιορισμένης κίνησης, σταμάτησαν να υπάρχουν καφεδάκια που περίμεναν. Αλλά παρόλα αυτά υπήρχαν κάποιοι άνθρωποι, οι οποίοι έρχονταν και τα ζητούσαν σταθερά, κι αναγκαστήκαμε κάποια στιγμή να εξηγήσουμε. Δε σταματήσαμε να τα κερνάμε εμείς ως μαγαζί, γιατί δεν ήταν κι αυτή λογική. Μιλήσαμε και με τη Σχεδία και μας εξήγησαν κι εκείνοι ότι δεν είναι η λογική το να κερνάει το μαγαζί. Η λογική είναι να είναι μια μεταδοτική κατάσταση. Ψάξαμε να βρούμε έναν τρόπο να εξηγήσουμε ότι δεν έχουμε τώρα. Δεν είναι ότι δεν θέλουμε, απλά δεν έχουμε αλλά την επόμενη φορά (θα έχουμε), και να το λειτουργήσουμε και λίγο κυκλικά, δηλαδή εμείς δεν έχουμε, αλλά δίπλα τα παιδιά μπορεί να έχουν. Γιατί, όντως, μπορεί το Κώνειο να έχει 10 καφέδες κι εμείς να μην είχαμε, και το ανάποδο. Αυτή ήταν η δυσκολία που προέκυψε, λίγο, τον τελευταίο καιρό.

E.: Υπήρχε, ίσως, κάποια κατάχρηση της δράσης από μερικούς;

K. Z.: Δε μπορείς να το ξέρεις αυτό. Θα σου πω πως όχι, καλή τη πίστει.

E.: Εσείς κάνετε κάποιο έλεγχο για να δώσετε τον καφέ σε κάποιον;

K. Z.: Όχι, γιατί είναι δύσκολο να το κάνεις αυτό. Δε μπορείς. Μου φαίνεται σα να κριτικάρεις τον άλλον. Όλο αυτό το πράγμα βασίζεται στην καλή διάθεση και στην εμπιστοσύνη. Αν κάποιος, τώρα, θέλει να το γκρεμίσει αυτό, ενδεχομένως ναι. Τι να σου πω; Αν έβλεπα κάτι κραυγαλέο και να γινόταν επαναλαμβανόμενα, ίσως και να το αμφισβητούσα.

E.: Ή να του έλεγες ότι «ξέρετε, κάποιος άλλος μπορεί να το έχει περισσότερη ανάγκη».

K. Z.: Ναι, ενδεχομένως, αλλά δεν έφτασε σε αυτό το βαθμό, για να μπορώ να σου πω, και θέλω να πιστεύω ότι, επειδή το στηρίζουμε ακόμα αυτό το πράγμα, βασίζεται ακόμα στην εμπιστοσύνη και στην καλή διάθεση.

E.: Έχετε να δηλώσετε κάτι γενικά για τη δράση;

K. Z.: Όχι. Νομίζω ότι αυτό το πράγμα πρέπει να στηρίζεται επικοινωνιακά και από τους εμπνευστές του, και από όλους εμάς, γιατί είτε είναι ένας μαυροπίνακας, είτε είναι υπενθύμιση με κάποιον άλλον τρόπο, ο κόσμος χρειάζεται να του το υπενθυμίζεις, καμιά φορά, και χρειάζεται να του το υπενθυμίζεις και σωστά τι κάνει. Δε μπορείς να το προβάλλεις αυτό ως η σωτηρία του πλανήτη, αλλά επειδή είμαι πολύ υπέρμαχος ότι τα μικρά μικρά πραγματάκια αλλάζουν τον κόσμο, να το μεταδίδεις ως αυτό που είναι. Ένα μικρό πράγμα, που μπορεί να κάνει μια μικρή διαφορά και όλο αυτό να γιγαντωθεί.

E.: Και κάτι ακόμα. Αν σας έλεγα ότι μπορούμε να πάρουμε αυτή τη δράση και να την κάνουμε κάτι άλλο, ας πούμε «μια φρατζόλα που περιμένει» ή «ένα ρούχο που περιμένει». Πιστεύετε ότι θα λειτουργούσε ή σε τι είδος θα λειτουργούσε κάτι τέτοιο;

K. Z.: Πιστεύω ότι όσο μικρότερο είναι το κόστος για αυτόν που προσφέρει, τόσο πιο εύκολο είναι να το ξεκινήσεις, αλλά πιστεύω ότι αντίστοιχα, όπως και με τον καφέ, αν δεν επιμείνεις, αν δεν του δίνεις μονίμως μια νέα ώθηση, κάποια στιγμή αυτό παίρνει την κατιούσα.

E.: Θα χαλαρώσει, θα ξεχαστεί.

K. Z.: Και σταματά. Γιατί όλοι οι άνθρωποι, καλοί, κακοί, γενναιόδωροι ή μη, ξεχνιόμαστε, δυστυχώς. Δηλαδή, πρέπει να το βλέπεις μπροστά σου αυτό που συμβαίνει για να κάνεις κάτι, ακόμα και εγώ, που θέλω να πιστεύω ότι έχω στο νου μου αυτό που συμβαίνει εκεί έξω, δεν κάνω όλα αυτά που θα ήθελα να κάνω. Οτιδήποτε κι αν είναι αυτό. Βέβαια, αν φτάσουμε σε κάτι που είναι πολυδάπανο, πιστεύω ότι εκεί θα υπάρχει και πιο έντονη αντίδραση, γιατί πάντα υπάρχουν κακοπροαίρετοι άνθρωποι. Αλλά όταν μιλάμε για ένα ψωμί που περιμένει, ή για ένα

μπλουζάκι που περιμένει, ή για οτιδήποτε, πιστεύω ότι θα έχει ανταπόκριση, αλλά θα θέλει πολύ μεγάλη προσπάθεια στο μάρκετινγκ.

E.: Στην επικοινωνία

K. Z.: Ναι, στην επικοινωνία.

*(Μετά τη συνέντευξη, η υπάλληλος που βρισκόταν στη μπάρα δήλωσε ότι το κόστος της προσφοράς ενός καφέ που περιμένει είναι 2€, τα οποία μπαίνουν στο ταμείο, και σημειώνεται με χαρτάκι ο καφές που περιμένει, όπως αναφέρθηκε και στη συνέντευξη. Η απόδειξη για τον καφέ κόβεται εκ των υστέρων, δηλαδή κατά την προσφορά, οπότε δεν εκκρεμεί κάποιο πρόβλημα με την εφορία.)*

#### A.5. Γ. Γ. (υπεύθυνος καφετέριας)

*(η συζήτηση δεν ηχογραφήθηκε, οπότε παρατίθενται οι σημειώσεις της συνέντευξης)*

- Στο μαγαζί υπάρχει σήμανση για να ενημερώνει τον κόσμο για τη δράση, με το σχετικό αυτοκόλλητο στη τζαμαρία και φυλλάδια για τη δράση σε κάθε τραπεζάκι.
- Υπάρχει θετική ανταπόκριση για τη δράση και οι πελάτες ζητούν πληροφορίες για να συμμετέχουν στη δράση.
- Υπάρχουν συχνοί πελάτες που προσφέρουν συστηματικά στη δράση.
- Για να προσφέρει ένας πελάτης στη δράση, υπάρχει συγκεκριμένη τιμή, καθορισμένη στο 1,5€, που αποτελεί το μέσο όρο των τιμών καφέ του μαγαζιού.
- Ως τρόπο ένδειξης της διαθεσιμότητας των καφέδων έχει επιλέξει να κολλάει τις αποδείξεις σε εμφανές σημείο του μαγαζιού, ώστε και να γνωρίζει κανείς τη διαθεσιμότητα του καφέ, αλλά, κυρίως, αυτός που προσφέρει να ξέρει ότι ο καφές φορολογείται, και θα πάει εκεί που πρέπει να πάει. Οπότε, αυτός που θέλει να παραλάβει τον καφέ, παίρνει την κολλημένη απόδειξη και του σερβίρεται ο καφές.
- Ωστόσο, ανέφερε λογιστικό πρόβλημα με το κόστος της απόδειξης κατά την προσφορά και όχι κατά τη λήψη του καφέ, καθώς παρέρχεται η ημερομηνία της απόδειξης, αλλά έχει λυθεί εν μέρει με συνεννόηση του υπεύθυνου με το λογιστή του.
- Σε ερώτηση σχετικά με τη λειτουργικότητα του πίνακα, θεωρεί ότι με τον πίνακα μπορεί να ξεχαστεί ο υπάλληλος και να μη σημειώσει τον κερασμένο καφέ, κάτι που δεν ισχύει με τις αποδείξεις.
- Ένα ακόμα πρόβλημα είναι και η προσέλευση για ζήτηση του καφέ, καθώς θεωρεί ότι το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της περιοχής (Χαλάνδρι) είναι αρκετά υψηλό, οπότε είναι περιορισμένος και συγκεκριμένος ο αριθμός ατόμων που ζητούν καφέ που περιμένει.
- Θεωρεί ότι κατά την επιλογή των μαγαζιών που θα συμμετέχουν στη δράση πρέπει να γίνεται έλεγχος από την ίδια την οργάνωση, πριν ενταχθούν στη δράση, καθώς πρέπει το κάθε μαγαζί να έχει επίπεδο, με την έννοια του ότι ο καταστηματάρχης θα πρέπει να μην κινεί υποψίες ότι ενδέχεται να κάνει κάποια απάτη σχετικά με τη δράση.



- Σε περίπτωση που ζητηθεί καφές χωρίς να υπάρχει απόδειξη, το κατάστημα θα σερβίρει καφέ.
- Για να παραλάβει κανείς τον καφέ δε γίνεται κάποιος αυστηρός έλεγχος, αλλά με το «μάτι», δηλαδή με την εμπειρία του μαγαζάτορα. Βέβαια, δεν έχει εμφανιστεί κάποιο πρόβλημα (κατάχρηση της δράσης), καθώς αυτός που ζητά καφέ, έχει πραγματικά οικονομικό πρόβλημα.
- Σε περίπτωση γενίκευσης της δράσης, πιστεύει ότι η δράση μπορεί να επεκταθεί, αλλά στοχευμένα σε ένα προϊόν, όπως «ένα γεύμα σε περιμένει». Δηλαδή, να είναι ένα συγκεκριμένο αντικείμενο, για το οποίο θα προσφέρουν οι πελάτες, όπως για παράδειγμα ένα σάντουιτς. Το βασικό είναι να αποτελεί είδος πρώτης ανάγκης το όποιο προϊόν, και όχι «ένα ποτό σε περιμένει», καθώς αυτοί που έχουν πρόβλημα δεν έχουν ανάγκη από ένα ποτό.
- Όμως, υπάρχει πρόβλημα στη διάθεση των επιχειρήσεων να συμμετέχουν στη δράση, και θεωρεί ότι θα έπρεπε να είναι πιο γενικευμένη η υλοποίηση, για να λειτουργήσει καλύτερα η δράση.

## Παράρτημα Β: Απομαγνητοφωνήσεις συνεντεύξεων δράσης «Book4book»

*(Στις ακόλουθες συνεντεύξεις χρησιμοποιούνται τα αρχικά των ονομάτων των συνεντευξιζόμενων, για την προστασία της ανωνυμίας των συνεντευξιζόμενων. Τα πλήρη ονομαστικά στοιχεία τους βρίσκονται στο προσωπικό αρχείο του ερευνητή)*

### B.1. Κ. Τ. (υπεύθυνος δράσης «Book4book»)

Ερευνητής: Θέλω στην ουσία να μου πεις πώς λειτουργεί η δράση Book4book. Πώς θα μου περιέγραφες το μηχανισμό της;

Κ. Τ.: Σε ενδιαφέρει ο μηχανισμός, το objective της δράσης ή σε ενδιαφέρει το πώς θεωρούμε ιδανικά ότι θα έπρεπε να πετύχει κανείς το objective;

Ε.: Ας ξεκινήσουμε από τον αρχικό τρόπο σκέψης σας και ας περάσουμε στο πώς λειτουργεί ουσιαστικά.

Κ. Τ.: Ο αντικειμενικός στόχος είναι να λύσει ένα πρόβλημα. Το πρόβλημα ήταν η έλλειψη βιβλίων. Αυτό το πρόβλημα είναι μεγαλύτερο. Πέραν από τη βασική ανάγκη της έλλειψης βιβλίων, είναι θέμα οικονομίας περιβάλλοντος, όχι καθαρά οικονομίας σε monetary level, και από κάποιο σημείο και πέρα, είναι και ένα κοινωνικό θέμα. Ο στόχος είναι πώς να λύσεις αυτό το πρόβλημα. Το πρόβλημα αυτό για να λυθεί, κρίναμε ότι υπάρχει πρακτικός τρόπος. Ο πρακτικός αυτός τρόπος είναι ότι τα παιδιά μπορούν να ανταλλάσσουν τα βιβλία τους, δεδομένου ότι τα βιβλία αυτά στην πραγματικότητα είναι τα ίδια, πολύ σπάνια αλλάζουν. Εφόσον αλλάζουν είναι μια άλλη ιστορία, αλλά στο βαθμό που δεν αλλάζουν, θεωρητικά μπορούν να ανταλλαχθούν ή να μεταφερθούν, γιατί δεν ξέρω αν η ανταλλαγή είναι σωστή λέξη, γιατί δεν περιμένεις από τον άλλον να σου δώσει κάτι. Απλά το μεταφέρεις. Δεν σημαίνει ότι ο άλλος θα το πάρει και κάτι θα σου δώσει. Χώρια που ισχύει ότι τα μεγαλύτερα έτη δίνουν στα μικρότερα. Τα μικρότερα δε μπορούν να δώσουν τίποτα πίσω. Απλά πρέπει με τη σειρά τους να δώσουν σε άλλα, μικρότερα έτη. Επομένως, το objective είναι να πετύχεις αυτό το πράγμα. Αυτό σε μια ιδανική κοινωνία θα λειτουργούσε μόνο του. Δε θα χρειαζόταν να κάνει κανείς τίποτα. Αν όλοι οι άνθρωποι είχαν κοινωνική συνείδηση θα το έκαναν. Επειδή η κοινωνία δεν είναι

ιδανική, προφανώς, κι επειδή στις περισσότερες περιπτώσεις το θέμα είναι το information asymmetry, που λένε και στο behavioral economics, το οποίο μπορείς να το κάνεις adapt σε αυτή τη φάση. Υπάρχει μια ασυμμετρία πληροφορίας, δηλαδή οι άνθρωποι έχουν, αλλά δεν ξέρουν ποιος θέλει, ή κάποιος θέλει και δεν ξέρει ποιος έχει.

E.: Οπότε με τη σελίδα σας θέλετε να αναδιανεμίσετε την ήδη υπάρχουσα δύναμη, που μπορεί κάποιος να μη γνωρίζει ποιος έχει τι.

K. T.: Πάμε να καλύψουμε το κενό του information asymmetry. Πάμε να λύσουμε το πρόβλημα του ποιος έχει και ποιος ζητάει, τι ζητάει και τι έχει. Ο μηχανισμός αυτό πάει να πετύχει. Αλλά ο αντικειμενικός στόχος δεν ήταν να φτιάξουμε μια σελίδα. Ο αντικειμενικός στόχος ήταν να λύσεις αυτό το πρόβλημα. Άρα η σελίδα λέει ότι αν έχεις κάτι, καν' το δημόσιο, πες το δυνατά στον κόσμο, αν κάποιος ζητάει κάτι, ας το πει δυνατά κι αυτός, κι αν τελικά, μέσα από αυτή τη δραστηριότητα, μπορείς να βρεις τα κενά και να τα καλύψεις. Γιατί δεν είναι δική μας δουλειά αυτό, εμείς δε θέλουμε να σου κάνουμε το match making. Εμείς θέλουμε να βρεις αυτόν που θα σου καλύψει τις ανάγκες. Συνεννοήσου μαζί του ή με πολλούς, αν είναι δυνατόν, έτσι ώστε η δράση να είναι πραγματικά συλλογική, αυτοοργανωθείτε, από το επίπεδο συνάντησης μέχρι το επίπεδο του τι θα φέρουμε, και πραγματοποιήστε αυτό που θα έπρεπε να πραγματοποιηθεί σε μια ιδανική κοινωνία.

E.: Είναι κατανοητή η ιδέα πίσω από την υλοποίηση, οπότε τώρα πάμε στην υλοποίηση. Η σελίδα, λοιπόν, πώς λειτουργεί στην ουσία; Είμαι ένας απλός χρήστης και μπαίνω στη σελίδα.

K. T.: Η λογική είναι ότι πρέπει ένας απλός χρήστης να εγγραφεί στη σελίδα. Τα στοιχεία, τα οποία πρέπει να χρησιμοποιήσει, είναι βασικά. Είναι ένα user name και ένα password, το οποίο θα επιλέξει, και δίνει και ένα e-mail, προκειμένου να υπάρχει ένα σημείο επαφής, και να ενημερώνεται, αν επιθυμεί, για το τι γίνεται με τη δραστηριότητα της σελίδας, δηλαδή αν κάποιος έχει ή ζητάει βιβλία.

E.: Να λαμβάνει ένα newsletter δηλαδή;

K. T.: Δεν είναι απαραίτητα newsletter. Notification μηχανισμός. δε θέλουμε να μπούμε στη διαδικασία ούτε να υποχρεώσουμε κανέναν, ούτε να ζαλίσουμε κανέναν με μηνύματα, τα οποία δε θέλει. Η λογική είναι ότι μήκεις για να βρεις βιβλία ή για

να δώσεις βιβλία, οπότε εγώ σε ενημερώνω ποιος ζητάει αυτά τα βιβλία ή ποιος τα δίνει. Από τη στιγμή που θα εγγραφεί κάποιος, μπορεί σε ένα είδος bulletin board να αναφέρει, με έναν ψιλοαυτόματο τρόπο, ποια βιβλία είναι αυτά, τα οποία επιθυμεί ή προσφέρει. Επίσης, αναφέρει το πού βρίσκεται, όχι ακριβώς, αλλά μια ευρύτερη περιοχή. Αυτό έχει νόημα, για να ξέρουν οι άλλοι πού να ψάχνουν, με ποιους μιλάνε. Οπότε μέσω του bulletin board μπορεί κανείς να κάνει filtering κάποια filters που έχουν υλοποιηθεί, προκειμένου να βρει αυτό, το οποίο επιθυμεί, ή όχι. Ο μηχανισμός μπορεί να είναι αυτόματος, γιατί στην πραγματικότητα μπορείς να ζητήσεις ή να προσφέρεις, δύο βασικές λειτουργίες μπορείς να κάνεις, και κατά δεύτερον, μπορείς να διαλέξεις από μια συγκεκριμένη λίστα από βιβλία, δηλαδή όχι βιβλία ό,τι να 'ναι. Υπάρχει η λογική αυτό να πάει και πιο μακριά, αλλά δεν ξέρω αν είναι απαραίτητο και η κοινωνία όντως το έχει ανάγκη αυτή τη στιγμή. Μπορεί να υπάρχουν άλλες δράσεις, που κάνουν αντίστοιχα πράγματα. Οπότε εμείς σε αυτή τη φάση μένουμε σε αυτή τη λογική. Σε άλλες κοινωνίες υπάρχει ανάγκη όχι για ανταλλαγή από μια συγκεκριμένη λίστα, αλλά ανταλλαγή μεγαλύτερη. Ας πούμε, στη Σρι Λάνκα το έκαναν endorse αυτό το πράγμα.

Ε.: Στην ουσία εγώ δηλώνω αν θέλω ένα βιβλίο ή αν έχω ένα βιβλίο και θέλω να το δώσω. Όταν φτάσει στο επίπεδο που βρεθεί κάποιος που έχει αυτό το βιβλίο ή ζητάει αυτό το βιβλίο, τι γίνεται από κει και πέρα;

Κ. Τ.: Αν ο χρήστης βρει αυτό που επιθυμεί, τον άνθρωπο, που ζητάει ή προσφέρει, αυτό που πρέπει να κάνει είναι να επικοινωνήσει μαζί του. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να επικοινωνήσει κανείς μαζί του, αλλά εμείς αυτό που λέμε είναι να διοργανώσεις ένα event. Δε θέλεις να τους φέρεις σε επαφή, γιατί από κάποιο σημείο και μετά, μπορεί να είναι και επικίνδυνο, και δε θες να μπει σε αυτή τη διαδικασία.

Ε.: Οπότε ένα πρόβλημα είναι ότι η άμεση επαφή μεταξύ των χρηστών ενέχει κίνδυνο.

Κ. Τ.: Βασικά, δεν είναι σκοπός να φτιάξεις ένα κοινωνικό δίκτυο ή κάτι τέτοιο. Σκοπός είναι απλά να λύσεις, με όσο πιο απλό τρόπο γίνεται, ένα πρόβλημα, το οποίο θεωρείς κοινωνικό πρόβλημα. Επομένως, για να έρθουν σε επαφή, μπορεί κάποιος να πάει να οργανώσει ένα event. Νομίζω ότι υπάρχει η δυνατότητα να επικοινωνήσουν, αλλά είναι τελειώς γενικό, όχι ότι μιλάω μαζί σου, αλλά μιλάω και το ακούνε όλοι. Οπότε, αν κάποιος διοργανώσει ένα event, οι άλλοι μπορούν να δηλώσουν

συμμετοχή. Μπορείς να προσκαλέσεις κάποιον να συμμετάσχει στο event σου, εάν δε θέλει, δεν το κάνει, προφανώς. Οπότε η λογική είναι ότι από κει και πέρα, όσοι συμμετέχουν στο event, το event ορίζεται από τον τίτλο του, που μπορεί να είναι «Ανταλλαγή βιβλίων στο τάδε μέρος», οπότε έχουμε τοποθεσία και κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Εγγράφονται όσοι θέλουν στο event και όσοι το επιθυμούν απλά πάνε.

Ε.: Μπορεί να γίνει μια κατ' ιδίαν συνάντηση, αλλά η διαδικασία περνάει μέσα από το event.

Κ. Τ.: Αν θέλει ένας άνθρωπος να κάνει ένα event και να μπει ένας άνθρωπος, και τελικά να πουν ότι το κάνουν δύο άνθρωποι, αυτό είναι δικό τους θέμα. Αλλά το θέμα δεν είναι αυτό. Προσπαθεί κανείς να αποφύγει να μπλέξει τις καταστάσεις, γιατί οι καιροί είναι παράξενοι.

Ε.: Ίσως και να είναι ένας παράγοντας το γεγονός ότι μιλάμε για σχολικά βιβλία, οπότε μπορεί να είναι ένα παιδί που θέλει να πάει στο event και να ανταλλάξει τα βιβλία του.

Κ. Τ.: Ακριβώς. Κι επειδή μπορεί κανείς κάλλιστα να καλυφθεί από την ανωνυμία αυτής της διαδικασίας, πρέπει να είναι κάποιος προσεκτικός.

Ε.: Και να πάει σε μια ουδέτερη θέση, που δεν έχει τον κίνδυνο να τον ακολουθήσει κάποιος.

Κ. Τ.: Γι' αυτό και στο event θα πρέπει να συμμετάσχουν πολλοί. Έχεις, τουλάχιστον, αυτό το είδος εγγύησης.

Ε.: Το γεγονός ότι διαλέξατε τα σχολικά βιβλία είναι μόνο για να λύσετε το πρόβλημα, ή και γιατί τα σχολικά βιβλία είναι δωρεάν ή έχουν συγκεκριμένη αξία;

Κ. Τ.: Όχι, η λογική ήταν ότι προέκυψε από μια ανάγκη. Η ανάγκη ήταν τα παιδιά στο σχολείο, που πήραν το βιβλίο της ιστορίας τα Χριστούγεννα. Αυτό δεν έχει κανένα νόημα. Οπότε σκεπτόμενοι πάνω σε αυτό, είδαμε ότι υπάρχουν κι άλλα οφέλη. Δεν έχει να κάνει τόσο με την αξία, αλλά κατ' επέκταση είναι και με την αξία, γιατί σε επίπεδο κρατικό γλιτώνεις χρήματα, τα οποία δεν τα γλιτώνει κανείς από την τσέπη του, αλλά τα γλιτώνει η κοινωνία.

E.: Κάποιο πρόβλημα που να έχει εμφανιστεί κατά τη διεξαγωγή, την οργάνωση των event ή την ανταλλαγή, οτιδήποτε στο μηχανισμό;

K. T.: Στο βαθμό που γνωρίζουμε, δεν έχει υπάρξει κάτι. Αλλά η λογική η δική μας δεν είναι να παρακολουθήσουμε ούτε τι κάνουν, ούτε να πάμε να τους επιβάλλουμε κάτι.

E.: Είναι αυτορρυθμιζόμενο όλο το σύστημα.

K. T.: Η λογική είναι να λυθεί το information asymmetry και αυτό το λύνουν μεταξύ τους.

E.: Ως προς τη δράση θέλεις κάτι να προσθέσεις;

K. T.: Δε μπορώ να φανταστώ κάτι άλλο.

E.: Τώρα, αν αυτή τη δράση πηγαίναμε και την κάναμε οτιδήποτε άλλο, ή την πηγαίναμε στο πιο γενικό «βιβλία», πιστεύεις ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει ή τι προβλήματα θα μπορούσαν να εμφανιστούν σε αυτό;

K. T.: Θα μπορούσε να λειτουργήσει, απλά το θέμα σε αυτή την ιστορία είναι ότι κατ' αρχήν μπαίνουν, πιθανώς, και οικονομικά συμφέροντα, τα οποία δεν τα γνωρίζουμε ή δε μας απασχολούν καν. Δηλαδή, αν έχουν πρόβλημα με αυτό οι εκδοτικοί οίκοι και τα βιβλιοπωλεία, δεν το ξέρω. Και επίσης, αυτό είναι μια μεγάλη ιστορία. Σε κάποια περίπτωση, είχε επικοινωνήσει μαζί μας κάποιο βιβλιοπωλείο, τον ενδιέφερε να κάνει κάτι τέτοιο, αλλά ακριβώς για αυτό το λόγο, δε μπήκαμε εμείς στη διαδικασία να το ερευνήσουμε λίγο παραπάνω.

E.: Επειδή μπήκε το χρηματικό κόστος στη μέση;

K. T.: Επειδή αφορά μια αγορά, κι εκεί είναι επικίνδυνα τα πράγματα έτσι και μπλέξεις με μια αγορά. Ενώ όταν αναφέρεσαι σε ένα, κατά κάποιο τρόπο, γενικό κοινωνικό πρόβλημα, είναι μια άλλη ιστορία. Φαντάζομαι και στα εξωσχολικά βιβλία υπάρχει μια αγορά και μια οικονομία που παίζει από πίσω, αλλά επειδή είναι κοινωνικό αγαθό λες «εντάξει, δεν πειράζει». Αυτός είναι ο ένας λόγος που δεν έχουμε κάνει αυτή τη διαδικασία για τα βιβλία. Πιθανώς να έχει νόημα κάποιος να το κάνει αυτό, και έχω το proof of concept, γιατί στη Σρι Λάνκα που το έμαθαν και το πήραν κι αυτοί, το κάνουν γενικώς για βιβλία, γιατί τα σχολικά βιβλία τους μπορεί να

είναι οτιδήποτε, δηλαδή αποφασίζει το σχολείο τι θα διδάξει, οπότε πρακτικά είναι οποιοδήποτε βιβλίο. Τεχνικά μπορείς να το υλοποιήσεις και να το ανοίξεις. Τώρα, από κει και πέρα, σαν λογική δεν ξέρω κατά πόσο μπορεί να λειτουργήσει, γιατί μπορεί να υπάρχουν συμφέροντα, τα οποία δε γνωρίζω. Ξέρω, όμως, δράσεις, οι οποίες το υλοποιούν αυτό, όχι σε επίπεδο, όπως πάμε εμείς, information asymmetry, αλλά σε πρακτικό επίπεδο. Λένε ότι την τάδε μέρα φέρτε τα βιβλία σας και ελάτε να πάρετε βιβλία. Τώρα το πόσο επιτυχημένα γίνεται, δεν ξέρω.

## B.2. Φ. Α. (υπεύθυνος δράσης «Book4book»)

Ερευνητής: Πώς λειτουργεί η δράση; Στην ουσία, έχουμε μια δράση «Book4book», όπου θέλω να μου περιγράψεις τόσο την ιδέα πίσω από τη δράση, όσο και πώς λειτουργεί η δράση, ως μηχανισμός.

Φ. Α.: Το έναυσμα για να δημιουργήσουμε την πλατφόρμα αυτή ήταν αφενός το γεγονός ότι κάθε χρονιά τυπώνονται πάρα πολλά σχολικά βιβλία, εκ των οποίων τα πιο πολλά πάνε χαμένα στο τέλος της χρονιάς, επειδή τα πετάνε οι μαθητές ή τα καίνε, αφετέρου, τη χρονιά που δημιουργήσαμε το Book4book υπήρχε θέμα με την καθυστέρηση των βιβλίων στην αρχή του χρόνου, όπου δούλευαν με φωτοτυπίες κάποια σχολεία μέχρι το Νοέμβριο. Οπότε είπαμε, και για τα ιδιωτικά σχολεία, και για τα δημόσια που δεν παίρνουν τα βιβλία, ήταν καλό να υπήρχε οργανωμένα η δράση της ανταλλαγής των βιβλίων, γιατί ήδη γίνεται ανταλλαγή βιβλίων από τους μεγαλύτερους προς τους μικρότερους μαθητές, αλλά ό,τι γίνεται και μέσω ίντερνετ είναι και πιο οργανωμένο, πιο εύκολο να πραγματοποιηθεί. Η σελίδα ουσιαστικά είναι ένα εργαλείο, το οποίο διευκολύνει. Πρέπει στην αρχή να γίνει register στο εργαλείο αυτό, να δώσεις ένα απλό username, και να δώσεις κάποιο σημείο πάνω στο χάρτη, κοντά σου σε κάποιο δημόσιο χώρο, για να μπορείς να κάνεις ανταλλαγές εκεί πέρα, κάνοντας indicate το location σου. Μετά από αυτό, υπάρχουν λειτουργικότητες για να ψάξεις ή να μοιραστείς βιβλία, και μέσω του εργαλείου αυτού προσπαθούμε αυτόματα να κάνουμε ένα matching, όπου αν ψάχνεις ένα βιβλίο μιας τάξης, να δείχνουμε από κάτω ποιοι μοιράζονται τα βιβλία αυτής της τάξης, ώστε να κάνουμε αυτόματα match στην προσφορά και στη ζήτηση. Καταγράφοντας μια τοποθεσία για κάθε χρήστη, κατά την εγγραφή του, μπορούμε να κάνουμε και match της τοποθεσίας, ώστε να βρούμε ποιοι μοιράζονται βιβλία που θες εσύ στο Λαύριο, ας πούμε, αν εσύ είσαι στο Λαύριο. Έχουμε βάλει και κάποιες λειτουργικότητες, όπου μπορείς να φτιάξεις γκρουπ χρηστών, ώστε να έχουν μια άμεση επικοινωνία και να κάνουν ανταλλαγές πιο συχνά, ή να φτιάξεις events μαζικής ανταλλαγής βιβλίων, δηλαδή να ορίσεις ότι την τάδε μέρα στο τάδε σχολείο θα γίνει όλη μέρα ανταλλαγή βιβλίων δημοτικού, ελάτε με τα βιβλία σας.

Ε.: Ωραία, μπαίνω εγώ και βρίσκω ότι ένα βιβλίο το έχω και θέλω να το δώσω, ή ότι το έχει κάποιος άλλος και θέλω να το πάρω. Από κει και πέρα, η διαδικασία ποια είναι;



Φ. Α.: Το έχουμε κάνει να οργανώνεται όλο σαν ένα event για την ανταλλαγή. Όταν βρίσκεις ένα βιβλίο, το οποίο μοιράζεται κάποιος και σε ενδιαφέρει, έχει ένα κουμπάκι από κάτω και λες ότι «με ενδιαφέρει». Όταν πατάς αυτό το κουμπάκι, παίρνει μήνυμα αυτός που το προσφέρει, με ένα e-mail, ότι κάποιος ενδιαφέρεται για το βιβλίο σου, και κατόπιν μπορούν να συνεννοηθούν οι δύο χρήστες να βρεθούν κάπου, ή να διοργανώσουν ένα event, να το δείξουν και στους άλλους ότι θα βρεθούν εκεί πέρα για την ανταλλαγή αυτή, και να συμμετέχουν κι άλλοι.

Ε.: Όταν οργανώνεται ένα event, είναι σε μια ουδέτερη τοποθεσία. Γιατί; Έχει εμφανιστεί κάποιο πρόβλημα;

Φ. Α.: Είναι σε μια δημόσια τοποθεσία για λόγους ασφάλειας, γιατί όταν μιλάμε για μαθητές, συμβουλεύουμε και τους χρήστες να κάνουν ανταλλαγές σε δημόσιες τοποθεσίες, καθώς μπορεί να μπει στην τοποθεσία ο οποιοσδήποτε κακόβουλος, και να έχουμε προβλήματα.

Ε.: Από τη στιγμή, κιόλας, που μιλάμε για σχολικά βιβλία, ενδεχομένως να είναι και ένα παιδί σε μικρή ηλικία, που είναι αρκετά δύσκολο να πάει και μόνο του.

Φ. Α.: Γι' αυτό και βάλαμε κατά την εγγραφή στην πλατφόρμα να μη βάζεις συγκεκριμένη διεύθυνση, με οδό και αριθμό, αλλά ένα σημείο στο χάρτη, και όχι τη διεύθυνση του σπιτιού σου, για να μη δίνουμε δημόσια στοιχεία.

Ε.: Σε αυτά τα event, υπάρχουν κάποιοι κανόνες που ακολουθούνται κατά την οργάνωση ή απλά πηγαίνουν σε ένα σημείο και γίνεται η ανταλλαγή των βιβλίων; Έχετε ορίσει εσείς κάποιους κανόνες;

Φ. Α.: Όχι. Έχουμε ορίσει απλά αν θα είναι μαζική ανταλλαγή ή ατομική, δύο ή τριών ατόμων, σε ένα συγκεκριμένο σημείο στο χάρτη, που ορίζονται και στις πληροφορίες του event, και τις ώρες που θα είναι, γιατί μπορεί να βάλει κάποιος ολοήμερη ανταλλαγή ή από τις 2 έως τις 3, ή στις 2 ακριβώς στο τάδε σημείο.

Ε.: Δηλαδή δεν υπάρχουν κάποιοι κανόνες κατά την ανταλλαγή, ότι πρέπει να δώσεις τόσα βιβλία και να πάρεις τόσα βιβλία. Είναι καθαρά θέμα ανάγκης του χρήστη.

Φ. Α.: Προς το παρόν το έχουμε κάνει τόσο απλό. Υπάρχει η σκέψη, για να παρακινήσουμε πιο πολύ τον κόσμο να συμμετέχει και να ανταλλάσσει, επειδή είναι γενικά ένα φαινόμενο που ισχύει στην Ελλάδα το ότι ο κόσμος θέλει να παίρνει

πράγματα, αλλά να μη δίνει, όπως βλέπουμε στα torrent, να βάλουμε ένα point system, στο οποίο για να ζητήσει κάποιος ένα βιβλίο και να το πάρει, θα πρέπει να έχει μοιραστεί πρώτα κάποιο ο ίδιος, και όσο πιο πολλά μοιράζεσαι, να ανεβαίνουν τα points σου, ώστε να κάνεις ένα rank και να έχεις κάποια δώρα. Αλλά αυτό είναι μια σκέψη, και δεν το έχουμε αποφασίσει.

Ε.: Ίσως να είναι και η ευκολία ότι μιλάμε για σχολικά βιβλία, άρα που είτε είναι δωρεάν, είτε έχουν συγκεκριμένη τιμή; Παίζει ρόλο αυτό;

Φ. Α.: Δεν έχω σκεφτεί αν θα είχε διαφορά για βιβλία γενικά. Η επιλογή των σχολικών βιβλίων είναι λόγω της ανάγκης που είπα, με τις φωτοτυπίες και την καθυστέρηση, και ότι κάθε χρόνο τυπώνονται και πετιούνται. Δεν το σκεφτήκαμε ως προς τα κίνητρα των μαθητών.

Ε.: Αν τη δράση την πάμε πιο γενικά, και από τα σχολικά βιβλία περάσουμε στα βιβλία, πιστεύεις ότι θα είχε επιτυχία; Θα υπήρχαν κάποιες δυσκολίες;

Φ. Α.: Πιστεύω ότι θα υπήρχε λιγότερη διάθεση από τον κόσμο να συμμετέχει, λόγω της μικρότερης ανάγκης για βιβλία γενικά, γιατί ο κόσμος δε διαβάζει πια πολλά βιβλία, δυστυχώς. Ενώ τα σχολικά βιβλία κάθε χρόνο τυπώνονται και κάθε χρόνο, στο τέλος της χρονιάς, οι μαμάδες έχουν ένα πάκο βιβλία και ψάχνουν να βρουν τι να τα κάνουν. Έχουμε δοκιμάσει, γιατί κάναμε ένα Book4book branch σε άλλη χώρα, γιατί προσπαθήσαμε να επεκταθούμε σε άλλες χώρες και κάναμε ένα στη Σρι Λάνκα. Πήραμε ένα διεθνές βραβείο του ΟΗΕ για Innovation για νέους ανθρώπους, πήγαμε στο event και γνωρίσαμε διάφορους ερευνητές και συμφωνήσαμε να επεκταθούμε και σε άλλες χώρες. Οπότε το branch που φτιάξαμε στη Σρι Λάνκα, που είναι καινούριο, είναι γενικότερου ενδιαφέροντος, είναι για μη σχολικά βιβλία.

Ε.: Εκεί έχει εντοπιστεί πρόβλημα, λόγω της διαφορετικής αξίας του βιβλίου;

Φ. Α.: Εκεί είναι αρχή ακόμα, και δεν έχουμε δει συμμετοχή, ώστε να βγάλουμε κάποια συμπεράσματα. Είναι 1-2 μήνες πειραματικά η πλατφόρμα, τη φτιάχνουμε ακόμα, οπότε έχει λίγους χρήστες.

Ε.: Γυρνώντας πάλι λίγο πίσω στη δράση, υπάρχει κάποιο πρόβλημα που έχει εντοπιστεί στο μηχανισμό αυτό;

Φ. Α.: Κυρίως θα έλεγα αυτό, ότι περισσότερος κόσμος μπαίνει για να ζητήσει, παρά για να μοιραστεί.

Ε.: Είναι καθαρά θέμα ασυμμετρίας στην ανταλλαγή. Ότι περισσότερο παίρνουμε παρά δίνουμε.

Φ. Α.: Αυτή είναι η αίσθησή μου. Απλά ξέρω άτομα που έχουν ζητήσει βιβλία και δεν τα έχουν βρει ακόμα. Δεν ξέρω κάποιον που να παραπονιέται ότι μοιράζεται βιβλία και δεν τα παίρνει κανείς.

Ε.: Επίσης, μου είπατε ένα άλλο πρόβλημα ότι θέλετε να προστατεύσετε την ανωνυμία των χρηστών, με το να τους βάζετε σε μια ξεχωριστή τοποθεσία, και όχι κάπου σε ένα σημείο που να δείχνει περισσότερα στοιχεία για αυτούς, όπως διεύθυνση κατοικίας. Πήγαμε προς το θέμα ότι μπορεί εν δυνάμει να γίνει η δράση με βιβλία. Εκτός της όποιας συμμετοχής, θα μπορούσε να γίνει με κάποιο άλλο είδος; Κι αν ναι, με τι;

Φ. Α.: Πιθανώς θα μπορούσε να γίνει με προϊόντα που αγοράζει ο κόσμος κάθε χρόνο, όπως τα βιβλία, και δεν τα χρειάζεται. Γίνονται διάφορα ανταλλακτικά παζάρια σε γειτονιές με ρούχα ή με άλλα αντικείμενα. Δεν ξέρω αν υπάρχει ήδη τέτοιο πράγμα να γίνεται online, ανταλλαγή ρούχων ή παλιών αντικειμένων.

Ε.: Με δεδομένο ότι εσείς έχετε ένα μηχανισμό στα χέρια σας, οπότε και ξέρετε πώς ακριβώς λειτουργεί, αν βάζαμε αυτό το μηχανισμό να κάνει αυτή τη δουλειά, θα λειτουργούσε;

Φ. Α.: Δεν είμαι τόσο σίγουρος, γιατί τα βιβλία δεν έχουν ημερομηνία λήξης. Ένα βιβλίο μπορεί να διαβαστεί 100 φορές από 100 διαφορετικούς ανθρώπους. Ένα ρούχο φοριέται 1-2 φορές, και μετά δε φοριέται πια. Τα άλλα προϊόντα είναι πιο πολύ αναλώσιμα. Μπορεί να υπάρχει κάτι που δεν το έχω σκεφτεί. Τα βιβλία δε χάνουν ποτέ την αξία τους. Έχουμε διοργανώσει με το Δήμο Αθηναίων μια μαζική ανταλλαγή βιβλίων, ολοήμερη, στα πλαίσια του Συν Αθηνά, που είναι μια δράση για οικολογικά και άλλα παρόμοια θέματα.

Ε.: Εκεί, σε αυτή τη μεγάλη ανταλλαγή, είχατε θέσει εσείς κάποιους συγκεκριμένους κανόνες;

Φ. Α.: Όχι, γιατί είπαμε «φέρτε όλοι τα βιβλία σας, για όλες τις τάξεις, από 12 έως 6 ή ώρα», είχαμε ένα περίπτερο στο Συν Αθηνά και ήρθε πολύς κόσμος.

Ε.: Οπότε δεν είχατε θέσει κάποιο κανόνα, κάποιο αριθμό βιβλίων για ανταλλαγή.

Φ. Α.: Όχι. Και μάλιστα, πολύς κόσμος που δεν το ήξερε, πέρασε από κει και το είδε, και κάποιοι πήραν βιβλία, που δεν ήξεραν καν τη δράση.

Ε.: Δεν έδωσαν, δηλαδή, κάτι, και απλά πήραν βιβλία.

Φ. Α.: Πάντως με τα βιβλία, αν το γενικεύαμε για οποιοδήποτε βιβλίο, δεν ξέρω αν υπάρχουν θέματα copyright. Γιατί με τον ΟΕΔΒ δεν είχαμε πρόβλημα, γιατί είχαμε στείλει και e-mail στο Υπουργείο και είχαμε ενημερώσει για τη δράση μας, και δεν είχαμε κάποια αρνητική απάντηση. Ενώ για τα άλλα βιβλία δεν ξέρω μήπως θα μπορούσε κάποιος, αν ανταλλάσουν τα βιβλία του μέσω ίντερνετ, να μας κάνει αγωγή ή εξώδικο.

Ε.: Για πνευματικά δικαιώματα ή για διαφυγόντα κέρδη;

Φ. Α.: Αυτό ακριβώς.