

## Modello di organizzazione di comunità Acorn

---

Questo modello è progettato per gli organizzatori nel Programma di Addestramento Acorn/Aisj. Non si deve usare per distribuzione di massa, ma è programmato come un breve manuale di addestramento sul Modello di organizzazione della comunità sviluppato da Acorn in Arkansas. La prima edizione è del 1973. Solamente i venditori svolgono in strada i loro affari, ma non gli organizzatori.

Questo modello di organizzazione è stato scritto da Wade Rathke, fondatore dell'Acorn nel 1973. Ci sono stati molti sviluppi e avanzamenti negli ultimi 35 anni da quando è stato scritto, ma il modello di organizzazione fornisce ancora una utile guida per la costituzione di efficaci organizzazioni di attivisti di base in comunità a basso reddito. Questo documento storico è disponibile adesso sul nostro sito web come strumento per organizzatori e non come ricettario pieno di gustose ricette di cucina.

Per ulteriori informazioni e aggiornamenti, contattare Wade Rathke al [Chieforganizer@acorninternational.org](mailto:Chieforganizer@acorninternational.org).

# MODELLO DI ORGANIZZAZIONE DI UNA COMUNITA' ACORN

## Tavola dei contenuti

1. Ruolo di un Organizzatore
2. Decisione della conduzione organizzativa
  - A. Analisi della Macro-area: Città. Cittadina. Contea
  - B. Analisi della Micro-area: Dintorni
  - C. Decisione del Programma Organizzativo
3. Conduzione dell'organizzazione
  - A. Elezione di una commissione organizzatrice
  - B. Prima comunicazione postale
  - C. Contatti porta a porta
  - D. Seconda comunicazione postale
  - E. Incontri domiciliari
  - F. Media
  - G. Contatti telefonici
  - H. Sviluppo di una Leadership (Conduzione)
  - I. Rappresentanza ACORN
4. Primo incontro
  - A. Ora
  - B. Luogo
  - C. Numeri
  - D. Materiali
  - E. Soci
  - F. Modelli e Petizioni
  - G. Elezione di Addetti d'ufficio Temporanei
  - H. Prese
  - I. Presentazione
  - J. Apertura della Riunione
  - K. Commissioni
  - L. Incontro Successivo
5. Prima Campagna
  - A. Analisi delle consegne

- B. Analisi delle Tattiche
- C. Leadership
- D. Siate specifici
- E. Obiettivo
- F. Tempi
- G. Altri fattori
- H. Modelli e storie
- I. Ricerca/Intelligenza

6. Revisione della conduzione dell'organizzazione

- A. possibilità
- B. Lista di Frequenza
- C. Leadership e Membri
- D. Politiche
- E. Sistema di sconto
- F. Mantenimento e Modelli storici
- G. Ricerca/Intelligenza

7. Sistema rappresentativo di Organizzatore/Acorn

- A. Criteri di Selezione
- B. L'organizzatore ACORN

## MODELLO DI ORGANIZZAZIONE DI UNA COMUNITA'

**OBIETTIVO:** Costruire una comunità di massa organizzata che abbia come suo principio primario lo sviluppo di sufficiente potere organizzativo per soddisfare gli interessi dei suoi singoli membri, i suoi obiettivi locali e in accordo e unione con altri gruppi, i propri interessi ( di stato). L'organizzazione deve essere permanente con interessi molteplici ottenuti (raggiunti) tramite tattiche diverse, azione diretta e partecipazione in qualità di membri in politica, finanza e nell'ottenimento di obiettivi di gruppo e miglioramento della comunità.

### 1.RUOLO DI UN ORGANIZZATORE:

---

---

L'organizzatore è il componente basilare nello sviluppo da una comunità disorganizzata e apatica a una organizzazione attuabile. Chiunque nel processo e nella storia dell'organizzazione deve ad ogni avanzamento espletare i ruoli di un organizzatore.

C'è un gran numero di ruoli che un organizzatore ha in una organizzazione di tipo ACORN. Il più semplice è che lui/lei porti persone a divenirne membri e li mantenga come tali.

Altri ruoli includono:

- Responsabilità a mantenere attiva e democratica l'organizzazione
- Responsabilità a mantenere la leadership indipendente e responsabile nei confronti dei soci (membri) del gruppo.
- Responsabile del corso dell'organizzazione
- Responsabile della scelta del rappresentante ACORN o almeno per i membri formatori del gruppo ad assumersi alcuni ruoli dell'organizzatore.
- Responsabile della stesura del contratto tra il gruppo locale ed ACORN.
- Responsabile del mantenimento di una agenda cui fare capo per le organizzazioni con le quali lui/lei lavora in qualunque tempo.  
Senza una agenda non organizzzi!
- Responsabile della costruzione della organizzazione e del mantenimento di auto-disciplina, responsabilità, priorità organizzative, lealtà e struttura.
- Responsabile di tutti gli obiettivi dell'ACORN persino al disopra e oltre gli scopi dei gruppi locali.

Stabilire la conduzione dell'organizzazione

---

A. Analisi della Macro-area: Città, Piccolo centro, Contea

Geografia e confini (punti di riferimento). Prendere un elenco telefonico ed elencare tutti i punti di riferimento di primaria importanza per l'organizzazione: sale di

riunione, municipio, tribunale, ufficio postale, ufficio assistenza pubblica, autorità addetta alle abitazioni, progetti di edilizia pubblica, OEO, uffici di Amministrazione scolastica, centri vicini di qualunque tipo etc. Poi sistematicamente attraversare la città con una cartina nelle mani, controllando la posizione dei punti nella zona e prendendo nota di quelle aree che sembra contengano vicinanze nella vostra costituenda Organizzazione. Vi sono di solito eccellenti opportunità che le nostre aree naturali di organizzazione siano in prossimità di molti dei punti di riferimento. Può servire anche un estratto dell'ultimo censimento. Notate tutto ciò che vi sembri unico o insolito.

**CONTATTI:** L'intero processo del prendere contatti è basato su una teoria piramidale. Fatene una che conduca alle altre.

Lo scopo dei contatti è di raccogliere informazioni e risorse e di costruire il potere. Ve ne sono tre tipi: caldo, tiepido e freddo.

I contatti caldi sono quelle persone che abbiamo incontrato già in precedenza in qualche passo nella storia della organizzazione. Controllare la documentazione biografica nell'ufficio di stato.

I contatti tiepidi sono quelli che non abbiamo ancora contattato ma che sanno qualcosa di ciò allo scopo di avere un vantaggio come ad esempio avere qualcuno che apra o porti avanti o abbia un argomento da proporre e discutere, qualcosa che loro hanno fatto, qualcuno che essi conoscono che noi conosciamo, qualche ragione per credere che possiamo raggiungere il risultato sperato.

I contatti freddi sono quelle persone che per qualche ragione dobbiamo incontrare, che tuttavia non abbiamo ancora alcuna opportunità che ci guidi verso di loro. L'unico vantaggio è che semplicemente ci sia una certa abilità da parte di un organizzatore a raccogliere informazioni e a mettere in gioco la propria persona allo scopo di sciogliere la loro lingua o parlando vis a vis oppure al telefono. E' questa una abilità da perfezionare, se sei troppo formale e diplomatico, sei nei guai.

I contatti ti danno parecchi elementi critici per sistemare il progetto (stai attento, però che i contatti siano sulla tua agenda e che non sia tu sulla loro agenda). Molti contatti tenderanno di influenzare il tuo progetto organizzativo allo scopo di venire incontro ai loro personali interessi e non a quelli di ACORN.

- A. Grezza informazione sulla zona in termini della loro analisi su ciò che fa muovere la zona stessa.
- B. Abilità a procurarsi le cose: risorse, ufficio, avvocati, informazioni riservate, altri contatti sul modello piramidale.
- C. Una circoscrizione da usare per costruire potere nella zona più grande, cioè essi conosceranno i ruoli che la ACORN ha nel retroscena nella comunità a far sì che accadano certe cose e che si faccia l'agenda. Essi saranno gli "insiders" (adepti). Essi confronteranno i cambiamenti dal momento del vostro arrivo per tutto il periodo dell'organizzazione e la vostra abilità a fare ciò che avevate promesso di poter fare in termini pratici e reali. La nostra abilità a mutare le loro idee su come le cose si muovono all'interno della comunità formerà il loro punto di vista su ACORN e li

porterà a costruire successivamente l'influenza dell'organizzazione sui loro contatti e sulle loro supposizioni.

- D. I vostri contatti vi daranno anche il vostro invito e legittimazione nella zona poiché inizierete a parlare loro della possibilità dell'organizzazione piuttosto che della sua realizzazione. I suggerimenti che essi avranno per ACORN, ci daranno il mandato per essere proprio lì. In qualità di residenti e depositari della vita della comunità essi hanno l'abilità di proteggerci da molte forme di attacco indiretto. Possono garantire per noi in caso di conflitto.
- E. Essi possono, se occorre, scrivere lettere per organizzare l'operazione, che ci consentano di utilizzare il loro potere e la loro influenza fino a quando non ne avremo di nostri. (Appendice A)

**ATTENZIONE:** Guardarsi sempre dall'essere utilizzati dai contatti esterni per i loro interessi personali, salvo che ciò non vada a nostro favore. Come regola generale pratica, in tutte le fasi di organizzazione, rinunziate (?) alla vostra agenda, solo quando non importa, mai con facilità e non spostatela mai quando realmente conta.

3. **STAMPA:** Leggete attentamente i giornali e ogni giorno per avere una fonte di discussioni correnti ed idee da discutere. Analizzatele in termini di come tratta argomenti simili allo stile e alle proposte potenziali di ACORN. Giornali conservatori o liberali? Politica editoriale? Distorce le notizie? Che vi serve come tattiche o contenuto per fare buona impressione? Vi servirà anche un giornalista da chiamare con cui trattare per le vostre prime pubblicazioni. Cercate di scoprire chi solitamente si occupa di questo genere di cose o di eventi che riguardano la comunità in generale. Scoprite anche chi è il miglior giornalista, se possiamo permettercelo diamogli una soffiata sulla prima azione e su quanto c'è dietro, etc....

Si deve soltanto aver cura a non citare l'organizzatore o a raccontare tutta la storia prima che sia messa in atto.

4. **POLITICA:** Cercate di conoscere bene i nomi degli ufficiali pubblici e tutto quanto si dice e i fatti che stanno dietro a chi realmente si occupa della zona. La domanda da porsi è sempre- chi c'è dietro che fa veramente muovere l'intera città: individui, interessi e questioni in gioco. Come sono i rappresentanti ufficiali di partito? E come quelli locali? Quale reale potere ha il sindaco o il giudice di contea e come lo mettono in atto nella loro agenda? E' importante anche prendere parte a qualcuna delle loro riunioni e sentire come operano, il sistema elettorale, e prestare particolare attenzione anche a fino a dove arrivi il loro potere nelle vicinanze.

5. **RAZZA.** Informatevi delle percentuali e di dove vivano i bianchi e le persone di colore. Dato il predominio di una determinata razza come elemento di divisione nelle comunità nelle zone più urbane del paese nello stabilire uno sforzo organizzativo ad ampio raggio e a lungo termine nella zona, le prime iniziative = dovranno necessariamente essere fortemente multi-razziali e inclusivi dei bianchi=( La natura del razzismo bianco è tale che

i bianchi possono essere integrati nella base dell'organizzazione all'inizio, ma soltanto con grande e forse insormontabile difficoltà, una volta che l'organizzazione sia maturata). Se le prime iniziative di fondazione dovessero aver luogo in comunità miste o a maggioranza bianche, allora siate disponibili a rivolgervi a scegliere velocemente persone di colore con iniziative all'uopo una volta che abbiate stabilito quale deve essere l'immagine dell'organizzazione. E' pressoché impossibile fare il contrario. Cercate di scoprire quale sia il ruolo della razza nella storia politica e sociale della zona negli anni '60 e '70, come guida a tali problemi. I vostri migliori contatti lo sapranno e ve lo diranno. Come tratterete la materia razziale nelle iniziative dei primi tempi sarà determinato in gran parte da questa storia.

Mettetevi in contatto con la gente di colore prima ed esclusivamente, se il vostro progetto organizzativo prevede di accettare il rischio che ACORN non

Abbia neanche un membro bianco nella zona. Se la zona è per lo più composta da una maggioranza di gente di colore, allora questa sarà la vostra

Base naturale e le azioni dovrebbero muoversi con aggressività in queste comunità senza alcuna attenzione alla diversità. Se tutto ciò ti interessa, chiama un liberale per consigli su come fare finta che 200 anni di esperienza non esistano in America, ma allo stesso tempo togliti gli occhiali e guarda le comunità come un organizzatore che sta facendo dei progetti organizzativi per costruire ACORN:

6. Storia delle questioni: Se non conoscete la storia duplicherete gli errori

Già fatti in precedenza, o costituirete un gruppo "anch'io" senza però realizzarlo. L'unica ragione per entrare mai in una vecchia questione nella

Area e se voi (a) sapete di potere vincere (b) siete costretti dalla inflessibilità

Dell'appartenenza come membri; oppure © avete qualche idea nuova sulla questione (in termini di tempo o di tattica) E' sempre necessario per i vostri contatti e la vostra appartenenza potenziale di membro stabilire l'unicità di ACORN. Vecchi problemi di solito sono già cristallizzati nei modi di vedere

Delle comunità. Come, chi e cosa sia accaduto nelle vecchie questioni vi darà sempre anche la possibilità di sapere cosa aspettarsi da fattori esterni e dalla leadership della comunità.

7. Organizzazioni precedenti o in corso: Avete bisogno di sapere che tipo di competizione ci sia per evitarle, scongelarle e non avere a che fare con le "loro" questioni fino a dopo aver costruito la vostra base. E' anche importante sapere come vivevano, come sono morti, per quanto tempo, e chi li ha messi insieme e se sono ancora in giro. Cercate gruppi già consolidati: gruppi sindacali, NAACP, ACHR, etc, per una testimonianza (documento) Quelle più interessanti sono quelle che furono esclusivamente locali.. Piccolezze accadute in passato e che sono svanite.

8. Ufficio: Non cercherete un ufficio, finché cercate dello spazio, un telefono e qualcuno che riceva e tratti i vostri messaggi. Talvolta i vostri contatti vi possono condurre in un posto come questo, talvolta potrebbero procuravelo. I centri vicini, le agenzie, gli uffici legali, le sale sindacali, sono tutti Possibilità di spazi. Voi avete bisogno di scegliere il

vostro spazio.. Non potete prendere semplicemente qualunque cosa vi venga offerto. Alcuni posti che potreste scegliere potrebbero definire il vostro sforzo in maniera diversa da come volete che si indirizzino le azioni di gruppo. Un membro in uno dei vostri vicini che possa rispondere al telefono sarebbe migliore che farvi sentire obbligato ad una decisione cattiva nei primi stadi organizzativi.

9 . Avvocati: Abbiate sempre la certezza che uno dei vostri contatti sia un avvocato. Nelle organizzazioni statali ha la funzione di una compagnia di assicurazione. Se non doveste trovarne uno, allora cercate di sapere dove si trova il più vicino avvocato della ACORN's. Non si può mai dire. Un buon "contatto" con un avvocato potrebbe anche fare la differenza nella ricerca da parte vostra su problematiche locali o se necessario fare causa.

10. Servizi: Cercate di sapere quale varietà di servizi sociali e comunitari esistano in zona, come operano e la loro efficacia.

11. Autobus Cercate di essere al corrente di come siano i trasporti nel caso in cui parte di un progetto organizzativo debba includere a volte una azione di massa per scorrere via dal vostro circondario.. Informatevi sui costi.

---

#### Analisi della Micro-Area: Il vicinato

---

1. Geografia: Andate in giro in tutto il circondario che si trova attorno alla vostra potenziale organizzazione. Cercate di sentire il loro peso e la misura della loro diversità di abitazione etc. e in qual misura siano in relazione con il resto della città.
2. Segni di riferimento (pietre miliari): Notate tutto ciò che vi sembri di potenziale rilievo nella zona. Chiese. Alimentari. Agenzie, parchi, centri di aggregazione, scuole, progetti, abusi in affari, industriali e commerciali, modelli urbanistici, autostrade o superstrade senza pedaggio, attività immobiliare, etc. sono tutti punti importanti da osservare per l'organizzazione.
3. Razza: Se di colore o bianchi, dove iniziano le abitazioni degli uni o degli altri? Sono mischiate? Se sì quali sono in maggior numero? Il nostro scopo è creare potere per la gente per ottenere i loro interessi in una maniera ben organizzata. Noi non abbiamo alcun interesse a fare persone uguali ad altre persone. La gente si coalizza per il potere, qualsiasi altra cosa è un'azione sociale che tende ad acclimatare la gente con l'esistente.
4. Introiti: Determinate dalle informazioni sul censimento, sulle abitazioni, sulla viabilità, etc qualie sia il livello generale di guadagno nelle vicinanze.
5. Questioni (problemi) visibili e storiche: Andando in giro a piedi o in auto nel circondario spesso potrete notare delle questioni visibili relative a strade, fossi aperti, drenaggio, cattiva illuminazione, abitazioni inagibili o fatiscenti, ostacoli, marciapiedi, spazzatura, mostruosità domestiche e commerciali, erbacce e zone con supercrescita di piante non ornamentali, mancanza di parchi o di centri ricreativi,

viabilità per i mezzi pubblici e un numero di altri elementi. In base alle situazioni, tutte queste cose sono elementi potenziali di organizzazione. Osservando gli elementi storici scoprite sia grazie alla vostra comunità che ai contatti esterni se sono state attuate soluzioni, e quale progresso sia stato o no ottenuto. Gli elementi storici sono importanti, se la storia è stata buona, basata su aspettative di miglioramento non realizzate. Se invece la storia è stata cattiva, potrebbe essere ancora meglio costruirci sopra poiché se il vostro fine è buono voi potrete realizzare le aspettative.

- 6) Sconti: Fate una lista degli affari nella zona generale per possibili sconti. Avvicinateli e rassicurateli sulla base dell'esperienza in altre aree dello stato con il sistema di sconto come pure sul numero totale di negozi nel sistema: L'aver degli sconti rende chiaramente più facile costruire un rapporto di legittimazione con i vostri contatti nella comunità a partire dall'inizio (Appendice B).
- 7) Contatti: L'elemento chiave nell'esaminare il circondario è la qualità e quantità dei vostri contatti iniziali locali. Si tratta per lo più di persone che vivono in zona, conoscono le persone del posto e sono i vostri potenziali membri. Queste persone saranno anche i vostri migliori riscontri su questioni di organizzazione locale.
  - a) Leaders di Comunità: Siate sempre attenti e circospetti nei confronti di coloro che vengono visti come leaders di comunità nel circondario. Alcuni di loro sono buoni e altri no, ma sono sempre potenziali problemi in termini del loro modo di agire nei confronti delle vostre organizzazioni potenziali. Essi hanno l'abilità di definire il vostro gruppo. I leaders di comunità portano sempre con loro la storia del passato della zona: Il nostro scopo è sempre di organizzare in maniera opposta a quella del passato. Se dovesse essere così, mandateli via da dove siete voi. Ministri e personale OEO ed altri si definiscono community leaders.
  - b) Agenzie di Azione della Comunità: Laddove vi sia una simile agenzia, ci saranno certamente dei community leaders nella loro amministrazione o nelle loro aree. Talvolta un buon contatto esterno sul posto può darvi i nomi delle persone con cui hanno lavorato ed avere un giudizio di valore su ciò. I loro operai sul campo possono darvi un senso sulle questioni e sulla gente.
  - c) Chiese: i ministri generalmente e specialmente quelli di piccole chiese dei paraggi, spesso non del tutto attivi. Ti potranno fornire i nomi di persone della chiesa che hanno avuto problemi di basso reddito e potrebbero essere naturalmente più abordabili (Appendice C).
  - d) Negozi di alimentari: Piccoli proprietari di negozi di alimentari e il personale spesso può dare un senso di zona e alcuni nomi. Sono spesso istituzioni della comunità dove le persone parlano liberamente a seconda del proprietario. Conoscere i loro clienti. Sanno chi vive lì da più tempo.

- e) Grandi negozi o centri commerciali: Questo è un efficace, anche se un modo più random di raccogliere contatti. Istituite un tavolo all'interno o all'esterno del negozio con il permesso del proprietario o gestore. Utilizzate un segno che attira l'attenzione e l'interesse del passante. Bisogna avere volantini, o qualcosa da alla gente, l'organizzazione, o l'unità, o cosa si potrebbe fare nella zona. Idealmente, qualcuno locali sarebbe meglio, ma un organizzatore può farcela da solo. La chiave è quella di andare aggressivo verso le persone, dare loro un volantino, e coinvolgerli in una conversazione riguardante il quartiere. Dispone di un elenco di provvedere alla loro segno con il loro nome, indirizzo, tel. Ecc
  - f) Centri di comunità: Qualsiasi tipo di centro avrà una certa conoscenza e nomi nella zona, non importa quanto scarsa. Attività ricreative, di assistenza, centri di quartiere sono un esempio.
  - g) Hang-out: luoghi dove le persone si incontrano si potrebbe avere un contatto, se necessario. Esempi: sale sindacali, le linee di buoni alimentari, uffici welfare, incontri pubblici. La maggior parte dei contatti avuti in questo modo sono sciatta. I bar sono sempre una perdita di tempo. Le persone non vanno a parlare, quando lo fanno, non lo ricorda, o saranno sempre si associa con essa.
  - h) Quotidiani: Vendere alcuni giornali ACORN potrebbe darvi un modo per incontrare persone e un motivo per parlare con loro. Basta essere sicuri di ottenere i nomi in basso.
  - i) gli avvocati: i nomi di clienti nel nostro collegio elettorale o quartieri.
  - j) "porta a porta": se non esistono altre alternative, prendete alcuni nomi a caso dagli elenchi precedenti.
  - k) petizioni: circolare una petizione "sicuro" a caso, potrebbe dare i contatti da un punto di incontro. Questo non è un elenco grezzo dicontatti, perché almeno sai che possono essere interessati a qualcosa di abbastanza per fare qualcosa al riguardo.
  - l) Mailing: Se necessario inviare un out "antenna" in zone del quartiere per coinvolgere le singole risposte. Questo è utilizzato solo a forzare un disco.
- 8) Liste: Senza un elenco non c'è unità. La priorità nelle liste sono i nomi, gli indirizzi ei numeri di telefono. Le liste devono essere il più completo possibile, in modo da rendere la decisione finale su quali quartieri inserire sul vostro disco iniziale. Le liste possono essere costruiti da una varietà di fonti:

- a) Elenchi City: Dopo aver delineato la geografia nei vostri quartieri con gli indirizzi di confine corrispondenti, è possibile trovare il nome, l'indirizzo e telefono di ogni singola casa. Essa mostra anche voi che possiede e che affitta. elenchi dei votanti
- b) Registrazione: Una volta che conosci le strade e i recinti o qualsiasi altra cosa suddivisioni politiche esistenti sul territorio, è possibile trovare il nome e gli indirizzi di tutta la vostra zona che è stato registrato. Dovrebbero essere di informazione del pubblico.
- c) Criss-Cross: Nomi e indirizzi in una sezione e telefoni e nomi in un altro. Se li corrispondono, si ha una buona lista.
- d) Rubrica: se la zona era rurale e abbastanza piccolo, è riuscito a farlo direttamente dalla rubrica zona.
- e) Gli elenchi supplementari: Aggiungi il bit e pezzi tra i tuoi contatti le tabelle negozio o qualsiasi altra cosa. Gli elenchi possono essere ottenute dai centri di distribuzione alimentare o qualsiasi lista che avete ottenuto da fonti specifiche, titolo I liste, ecc.
- f) Computer Carte: Metterli tutti su etichette e di tenere un registro per più tardi.

Decisione sul piano Organizzativa: consolidare tutte le informazioni che avete accumulato dentro e fuori i quartieri. Una volta che il piano è fatto si dovrà convivere con essa, in modo da renderlo buono e stretto, e prendere il tempo per farlo.

- 1) Contatti e liste: la migliore sono meglio le vostre probabilità di un disco stretto. Ma, se gli altri fattori adattano meglio altrove, questo non dovrebbe essere i criteri per l'unità.
- 2) Problemi: Devono essere realizzabile, specifico, immediato, e hanno effetto moltiplicatore. Con un problema abbastanza buono si può fare un disco da nessuna parte, anche se si dovrà fare una pulizia più su di esso.
- 3) Dimensione: La dimensione di un quartiere che sarà organizzato per rendere il piano deve essere determinato da confini naturali, i contatti per il comitato organizzatore, l'area di impatto problemi, ecc Se la dimensione è ingombrante per una sola unità, quindi bloccare i club o più piccole unità sul disco dovrebbe essere considerato. Le domande sui club di categoria deve essere se si sarà in grado di generare abbastanza questioni locali per sostenere la loro e se si sarà in grado di coordinare in maniera efficace in un gruppo grande comunità. Un altro componente in questione è formato densità. uattrocento in un elenco è gestibile, ma se sono sparsi nella misura in cui le persone non si sentono i problemi o

identificare con il territorio, sarebbe più facile per avere un 1000, se fosse più concentrato. Non fare mai un disco più grande è possibile eseguire e controllare.

- 4) Timing: Molto del vostro piano di organizzazione ruota intorno alla sua capacità di creare un happening - slancio. Un disco che costeggia un mese può diventare quasi deludente, nonché, deteriorare la stabilità delle tue forze lavoro. Non si può perdere l'immediatezza, o perderai i tuoi problemi e il loro appello. Sarebbe meglio tagliare la lista se premuto, che perdere l'immediatezza poiché vi si può pulire, ma non l'altro.
- 5) Ordine del giorno: la rendono completa e accuratamente agio. Se non siete, sarete in grado di muovere le persone senza grandi difficoltà.
- 6) Politica: In organizzazione, la politica è tutto ciò che fa muovere le cose. Indirizzare il piano per organizzare il più vicino si può arrivare al nocciolo della questione. Quartieri non sono organizzati per risolvere i problemi, ma per costruire il potere in quella zona per l'organizzazione. Se il piano è orientato verso il centro, si può raggiungere tutti gli obiettivi. Se è organizzata solo per i quartieri specifici, non può nemmeno entrare nell'arena. Miopia è la debolezza fatale di qualsiasi piano di organizzazione. L'intero futuro della organizzazione non è costruito dall'azione o dal disco, ma fin dall'inizio.

### **III. L'esecuzione del Drive Organizzativa:**

A. Stabilire il comitato organizzatore: Il comitato organizzatore è la tua forza di lavoro sul disco, è la legittimità, la tua capacità di leadership, e la focus on le questioni. Il gruppo può essere fatta o rotte a seconda della qualità della vostra commissione.

1. Rendere il Meeting: The OC è organizzato dai contatti che avete fatto nel quartiere, così come chiunque altro portano con loro. Vuoi tenerlo in una delle loro case, o, se necessario, in una posizione centrale. Avrete già istituito l'accordo di base per la creazione di un'organizzazione per affrontare i problemi nella zona, prima della riunione. Si vuole gente forte che funzionerà. Volete tagliare possibile conflitto o di disaccordo. Volete una sezione del quartiere. Talvolta, è utile per ottenere la persona che esercita la riunione per aiutare nel processo di invito finale.
2. Tenendo il Meeting: Invariabilmente, l'organizzatore finirà per guidare gli incontri OC, specialmente il primo. Disegna la gente fuori a prendere in ruoli muove e corre loro. Avrete sempre a mantenere una dinamica complessa in OC, che permette di "testare", digressioni, umorismo, l'entusiasmo sui temi e gli eventi, e il consenso sulle tecniche, le responsabilità e gli impegni che i membri della OC sarà costretto a fare. Queste riunioni si svolgono ogni settimana durante la guida.
3. Ordine del giorno del Comitato Organizzatore:

- a) Introduzione e Scopo: Tu sei solo cemento alla riunione. Fare le presentazioni. Decidere quando iniziare. Disporre che l'incontro è di circa e perché. Giocare che off contro la persona la cui casa è
- b) Problemi: Test questioni visibile e gli aspetti per cui le persone hanno parlato. Ottenere risposta. Anticipare le altre questioni ed enfasi diverse di quanto si era previsto. Ottenere un consenso sulla questione prima e la prima campagna. Questa parte della riunione prende di solito il 50% del tempo.
- c) Elezioni: Il gruppo deve essere democratica. Elezione dei dirigenti devono essere concordati dal primo incontro.
- d) L'organizzazione Lettera: avere un campione da un altro disco e passarlo in giro. Raggiungere un accordo sul formato e la formulazione di base. Raggiungere un accordo sulla loro firme
- e) Prima riunione: Ottieni una data e un'ora.
- f) Iscrizioni: lo stress. Se si dimentica, la gente si sente ingannato alla prima riunione. Essa aiuta a farli firmare durante la riunione OC.
- g) Name: Have one ready, do not be willing to concede on one which is ridiculous or duplicates.
- h) Contract: Make clear what they can expect from ACORN (services, research, assistance, contacts, political power, literature, etc.) and what ACORN expects of the group (dues, affiliation, news distribution, etc). Define your role, as well as, the future independence of the group.
- i) Doorknocking: Get agreements on when, not if.
- j) Future OC: Set the time, place, and date. At future meetings go through the progress, other issues, expand on your original themes. On the last meeting, prepare an agenda for the first big meeting.

## B. First Mailing:

1. Organizing Committee Letter: The organizing letter has several purposes: to give the drive local "neighbor-to-neighbor" legitimacy, to define the first issue, to serve notice of the doorknocking, to create a receptive visit on the doors, to turn people on, to invite them to join the committee, and to notify them formally of the first meeting. Must be signed by all the organizing committee. Do not mail it to those people you want to exclude. (Appendix D)
2. Flyer: This should be your basic identifying card, consistent throughout the drive. It should be brief and to the point (25 words). It should highlight the time, place, date, and issues. Doing flyers is not art, but it is an art. A sloppy one will kill you, and make the drive look amateurish. There is no excuse for it. Where you bunch words, type it. (Appendix D)
3. Organizing Letters: Depending on whether you need it to get in the door, or to get people to the meeting, you should use an organizing letter here for

your credit card. Select the letter to use depending on your constituency and what problems you predict. (Appendices A & C)

### C. Doorknocking:

1. Reason: there is no substitute for personal contact in convincing people to become active in the organization. Doorknocking does it best. It gives the doorknockers a chance to answer questions and create the impressions of the organization. It allows you to bring people in and define some people out. It gives organizers a feel of what the meeting and organization will be like, and whether you need to make any special plans or adjustments.

2.. Squadre: Doorknocking in squadre silenzia il ruolo di outsider l'organizzatore e riduce l'esperienza estera di un drive organizzazione quando si utilizza la popolazione locale. Gli uomini e le donne sono migliori squadre, squadre femminili secondo e terzo in squadre maschili quartiere organizzazione. Avere due persone alle porte di assicurazione anche contro l'oblio cose importanti che devono essere detto. Da solo non è mai buona, ma meglio di niente. Non è così male se un singolo è della zona, e non un organizzatore.

### 3.Tecniche:

(A) entrare in porta quando possibile.

(B) Tenere meno di 15 minuti. Non sono stati invitati, in modo da non farsi indesiderati. Evitare di essere intrappolati in caffè e di socializzazione - in primo luogo, ci sei per critiche, anche se non cupo, affari.

(C) Conoscere il nome, fa la differenza.

(D) Non ti viene passato insieme la comprensione comune, entro stereotipi comuni negli stili di vestire e di consegna.

(E) Mantenere le tue carte organizzando a te stesso. Si scopre la gente fuori a pensare che sono uno dei milioni nella loro organizzazione.

4. Rap: Si deve fare molte cose con poco tempo, in modo da pianificare con cura. doorknockers Breve tua attenzione e il piano di chi prende quello che pezzi di rap.

(A) Impostare la scena. Cosa sta succedendo, quando, dove, e che dire.

(B) tirarli fuori sui temi e scoprire che cosa li muove. Engage.

(C) il potere di stress, le persone, la pressione, la responsabilità, cambiamento, quello che le organizzazioni hanno fatto e cosa si può obbligare la gente a fare.

(D) Date loro un buon senso esattamente che cosa succederà nel corso della riunione: elezioni, i dazi, emissione di discussione, agenda, piani di intervento, con esempi. Se le persone sanno cosa aspettarsi, non saranno sorpresi e la

riunione sarà più agevole.

(E) Spiegare ACORN e non dimenticare mai di menzionare quote associative.

(F) Ottenere il numero di telefono, se non ce l'hanno.

(G) ottenere un impegno per la partecipazione alla prima riunione.

(H) dare loro un volantino per ricordare loro i fatti dietro la riunione e quando sarà. Dare loro qualunque altro materiale che hai preparato pure.

#### 5. Organizzare le carte:

(A) Fare una scheda fuori per tutti sulla lista con nome, indirizzo e numero di telefono.

(B) Mark loro risposta in frequenza con sì, no, o forse dalla tua analisi della riunione e la natura dell'impegno, non da quello che dicono. Mettetelo in alto a destra.

(C) Inserire eventuali commenti sulla parte inferiore della scheda. Esempio: le altre questioni, problemi particolari, necessità di trasporto, ecc.

(D) Assicuratevi di tenerli organizzati in modo da sapere se li hai visti, o non erano in casa, o se hai ancora da fare, o se li state trattando. (Allegato F)

D. Secondo Mailing: se la seconda distribuzione è attraverso la posta, inviare l'ultima settimana il più vicino possibile il tempo per arrivare prima del primo incontro senza alcun rischio. Se fatto a mano, fare il giorno prima. Questa mailing costituisce un richiamo. In alcuni casi sarà la prima mailing che alcune persone presenti sul disco che abbia mai visto, quindi non sottovalutare.

1. Flyer: promemoria di base. stesso colore dei volantini precedenti. Breve, ma con più di un senso dell'ordine del giorno. Tenere lo stesso stile di base. (Allegato G).

2. Organizing Letter: If you think it is necessary, or if you have more than uno, or if you have saved your letter organizing as uno incentive final, then send it now.

#### E. Casa di Incontri:

(A) Incontri di casa sono particolarmente efficaci nelle aree rurali. Casa di organizzare incontri di persone nello stesso modo che le riunioni del comitato organizzatore fare. Dove si può dipendere da persone ad assumere un ruolo importante nel mettere insieme con i loro quartieri sono efficaci. Se no, doorknocking è un uso più efficiente delle loro genere, poiché il nostro obiettivo è quello di un'organizzazione di massa.

(B) incontri House sono buoni modi per coinvolgere le persone sul tuo OC che non sarebbe efficace sulle porte.

(C) riunioni di casa sono ottimi modi per costruire in rinforzo, se la paura è diffusa, o se si dispone di alcune persone particolarmente deboli, o se avete un certo numero di problemi di speciale-le persone con una questione importante, ma limitata nella zona.

4. Housemeetings prendere abilità differenti rispetto a doorknocking. Il test può essere più grave. Il controllo è indebolita. Il territorio è un problema di spostamento. Se fatto bene sono enormi processi di organizzazione.

#### F. Media

(A) Poster: Manifesti e volantini esposta ben visibile in tutta l'area, passa parola, rafforzare il doorknocking, e contribuiscono all'effetto accadendo. Facciamo l'unità organizzare la cosa più grande che si verifichi mai nel quartiere. I poster dovranno essere dello stesso tema generale, come volantini, con un design simile.

(B) Radio: Radio Comunicazioni della riunione sono particolarmente efficaci durante la fine del disco, non tanto nel disegnare nuove persone, ma in rinforzo.

(C) Stampa: Se si può ottenere un annuncio senza dover avere una storia scritta sull'iniziativa o di un giornalista durante la prima riunione, va bene. In caso contrario, poco male. Non aiuta in modo sostanziale.

G. Telefonate: L'ultima notte o due (a seconda delle dimensioni della vostra lista) fai sì che il comitato organizzatore chiami la lista. Ricorda loro il luogo, la data, ecc e falli impegnare a partecipare. Identifica te stesso, sii breve. Stai attento a non strafare. Verifica i numeri sulla carta. Assicurati delle verifiche sui numeri corretti nello doorknocking con le persone, in questo modo si aspettano anche questa chiamata.

H. Sviluppo Leadership: il comitato organizzatore sarà in molti casi la guida principale del gruppo. Assicurati di trascorrere abbastanza tempo con loro in modo che capiscano quello di cui un'iniziativa sia fatta e cosa facciamo.

I. Rappresentante ACORN: Durante l'iniziativa organizzata, seleziona e inizia la formazione dei rappresentanti ACORN per il gruppo. Il suo / la sua capacità di vedere il processo di dispiegamento dell'iniziativa, così come la formazione a lui nelle competenze per operare in situazione di base l'organizzazione, lo prepara per la sua / il suo futuro ruolo. Prendi lui / lei a vedere il processo agli occhi di un organizzatore, piuttosto che agli occhi dei membri.

#### IV. Primo incontro:

Ora A.: Quasi sempre il momento migliore per l'incontro è di sera (o forse il fine settimana), dal momento che la stragrande maggioranza del nostro elettorato lavora.

B. Luogo: La sede dovrebbe essere centrale e chiaramente definita. Concentratevi su chiese, sale sindacali, scuole, ecc che hanno tutti una connotazione positiva o neutra.

Numeri C.: Devi sapere cosa aspettarsi in termini di una folla, semplicemente per essere preparati. Avere un centinaio di tazze di caffè per dieci persone svaluta i dieci - e ne avrete bisogno per costruire. La maggior parte delle unità della organizzazione di comunità ACORN guadagnerà il 15-25% della lista. I numeri sono importanti perché si tratta di una organizzazione di massa rivolta al potere politico, dove potrebbe diventarla potrà.

D. Materiali:

(A) Ordine del Giorno: Gli articoli e i nomi di chi li fa. (Allegato G)

(B) elenco delle presenze: Nomi, indirizzi e numeri di telefono sono assolutamente essenziali. Non perderli. Sempre assicurarsi che il nome sulla lista sia stato scritto correttamente. In caso contrario, la lista sarà inutile. Assicurati di tirarla giù.

(C) lavagna e gesso per le elezioni: le elezioni sono eventi pubblici, non eventi privati. Ciò diminuisce il rancore.

(D) matite in più nel caso si compilino tutti i moduli.

(E) ACORN: letteratura rilevante.

(F) ristoro, se si decide di averlo.

Membership E.: iscrizione è di \$ 5.00 a unirsi e \$ 5,00 al mese, a meno che non pagare per 6 mesi di anticipo è di \$ 30 o un intero anno è di \$ 60. Volete dire a tutti di aderire e che si desidera loro di unirsi in anticipo. Raccogliere le quote, come la gente viene e va dalla tabella organizzando a firmare il foglio e raccogliere materiali. Assegna e un membro aggressivo del comitato organizzatore un lavoro di aggressiva campagna. Del comitato fanno parte tutti quelli che sono stati al tavolo durante la riunione. Le quote del nostro popolo e sono la nostra linfa vitale, così li raccogliamo quando l'occasione per farlo è la migliore.

F. Forms e / o le petizioni: Come regola generale, i forms sono per le azioni di adesione e le richieste sono per la pre-adesione o non adesione. Forms danno alla rinfusa e l'individualità della richiesta. Aiutano ad avere qualcosa che costituisce l'azione fin dal primo incontro e le forms / petizioni possono fare un po'. Noi non vogliamo la gente solo per sedersi e ascoltare, a meno che non si tratta di un funerale. (Allegato H)

G. eleggere rappresentanti temporanei: temporaneo, finché non si è sicuri che sono stabili nel gruppo e sono abbastanza buoni per eseguire l'organizzazione. Ufficiali di base sono: Presidente, Co-presidente, Segretario, Tesoriere.

Problema H. e discussione Azione: Lasciare più tempo per discutere i problemi e raggiungere un accordo su un preciso, specifico piano d'azione sulle questioni. Se la gente non vede che qualcosa è successo al primo incontro, non torneranno.

Introduzioni I. del Comitato: Introdurre i membri del comitato organizzatore e farli partecipare al programma.

J. con la preghiera di apertura: Apertura del meeting con la preghiera produce ordine nel

corso della riunione e dà legittimità al vostro scopo.

Comitati K.: i comitati non sono qualcosa da stipulare con leggerezza. Essi possono dividere l'attività e identità del gruppo. Prendono un sacco di tempo per funzionare. L'interesse è solitamente basso in comitati e elezioni primi incontri, a causa delle diverse ragioni per cui la gente è venuta e la sperimentazione. Se fai comitati, rendili più specifici con compiti realizzabili.

Meeting L. Next: ricordare alla gente la data e l'ora della prossima riunione. Dovrebbe essere sul fondo dell'ordine del giorno.

Campagna V. Primo: Il piano è stato fatto durante l'iniziativa, così ora è organizzato e pronto al momento del primo incontro.

A. analizzando gli aspetti: Ricorda l'importanza di essere multi-questione, in modo che il gruppo non sia ripiegato su se stesso su una sola cosa. Avere la seconda questione pronta. Mantenere i problemi specifici, concreti e realizzabili. Se il problema si sviluppa a lungo termine, colmare il vuoto con qualcosa di immediato.

B. Analizzando le tattiche: Vuoi sempre un'azione di qualche tipo. L'iscrizione deve o andare al bersaglio, o il bersaglio deve arrivare a loro. Le tattiche sono infinite come la vostra immaginazione. Giudicarli su due livelli: (1) Che cosa faranno per far avanzare il problema, (2) Quali saranno gli effetti che hanno sui vostri obiettivi a lungo termine. Non vogliamo che le nostre tattiche siano una questione di vincere una battaglia e perdere la guerra. Prendete il conservatorismo della vostra adesione e la comunità come un presupposto generale. Se si desidera utilizzare la tattica più incisiva, costruire la vostra appartenenza a loro come un'escalation della campagna. Nella scelta di tattiche specifiche, ricordo che gli incontri pubblici sono forum aperti con la loro stessa legittimità data di azione di massa. Petizioni, audizioni pubbliche, drammatizzazioni, dimostrazioni, ecc sono tutte tattiche standard. Scegli con attenzione e concentrarsi sulla situazione particolare. Ci è male niente con una tattica che mette in ridicolo un obiettivo, piuttosto che correre su di lui.

C. Leadership: preparare con cura la vostra leadership per gestire l'azione e il problema. Avvertirli delle risposte possibili. Essi dovrebbero essere organizzati, non solo sull'obiettivo della campagna, ma anche su dove stabilirsi in fase di negoziazione o azione. Se non lo sono, si può inciampare e vincere, ma più probabilmente, si perde.

D. Assicurarsi che ci sia sempre una visione diretta e chiara di ciò che volete, e cosa ci si aspetta di ottenere. Se non c'è vi sarà difficoltà a definire l'azione una volta che è finita come una vittoria. L'azione è sempre definito nella mente dei soci dopo che è finita, non mentre è in corso, in modo da mantenere il vostro punto di vista.

E. Target: Un errore fondamentale nell'organizzazione è spesso fatto nel modo in cui gli organizzatori scegliere la destinazione, o se vi è più di uno, come scegliere l'ordine di fissare gli obiettivi per la campagna. Sapere qualcosa su di lui e la sua struttura, in modo da poter determinare la differenza tra concessioni e cortine fumogene.

F. Timing: Se si perde slancio, si perde. Non sfibrare la campagna, la stampa, i membri. Ricorda che se la questione è tra la focus e l'organizzazione, sacrifica il focus. Due settimane è l'ideale, un mese comincia a esser tantino, più significa che è meglio iniziare

a iniettare il secondo problema.

G. Altri fattori: Ovviamente, abbiamo istituito la maggior parte delle campagne sul principio dei numeri e del loro potere potenziale. La nostra capacità di utilizzare il numero massimo di variabili contro il bersaglio supporta questo concetto.

(A) La nostra capacità di usare la stampa per mantenere la questione una preoccupazione pubblica è importante.

(B) La nostra capacità di sembrare "moralmente" e in realtà proprio sulla questione o della campagna è la chiave. (Allegato H)

(C) La nostra capacità di cambiare le tattiche rispetto alle aspettative del target.

(D) La nostra capacità di sfruttare le situazioni politiche.

(E) Possibilità di intensificare la campagna, ci fanno apparire ragionevoli e giustificate, e mantenere lo slancio.

(F) La minaccia è più potente l'azione, anche se è necessario ad un certo punto prova la tua forza e la capacità di attualizzare la minaccia.

(G) Possibilità di andare in tribunale se forzata, se non altro, come uscita sulla campagna.

H. I modelli e le storie: Su qualsiasi campagna assicurarsi di aver verificato con l'Ufficio di Stato per vedere se c'è una storia su un problema simile o di campagna, o un modello guida sugli elementi di tale campagna. Questi non sono i dieci comandamenti, ma potrebbero aiutare a vedere quali sono i fattori critici, quali sono gli errori del passato sono stati fatti, e come evitarli.

I. Ricerca: disporre di informazioni sufficienti e corrette è essenziale su tutti gli elementi della campagna in particolare sulle informazioni la tua iscrizione fornisce a voi. Ricordate sempre che la prima (o qualsiasi) campagna può essere l'ultima.

VI. La pulizia dell'unità Organizzativa: Troppo spesso le fasi successive della costruzione di un'organizzazione vengono trascurati nel rilievo della fine del drive, il climax del primo incontro, e la pressione della prima campagna. Noi paghiamo per aver trascurato di ripulire l'iniziativa in problemi di manutenzione, l'adesione bassa, scarsa raccolta delle quote sociali, e la perdita di alcune delle potenzialità del gruppo.

A. Forse: Dopo il primo incontro tornare ai "forse", elaborato nel drive. Più tardi si aspetta il più improbabile il compito diventa. La gente deve essere coinvolta, e altrimenti non può raccogliere i frutti senza aver fatto fatica, senza aver partecipato. Far sì che ci sia un monitoraggio.

B. Elenco delle presenze: persone che erano alla riunione, al fine di (1) raccogliere le loro quote, (2) aumentare la loro informazione e coinvolgimento, (3) definire l'incontro, e (4) li sento sulla vogliono che vogliono vedere e problemi che avevano.

C. Comitato esecutivo: Riunisci il direttivo per andare oltre l'incontro e il loro ruolo al

fine di costruire leadership.

D. Rappresentante ACORN: Estendere il tuo lavoro con lui / lei tutto questo tempo. Costruire il rapporto personale e il contatto con l'ufficio. Ricevi gli raccogliere le quote e distribuire il giornale. Mostrargli come tenere gli elenchi. Il clean up simulerà l'unità e renderà la formazione eccellente.

E. Schede Computer: Trasferire le informazioni sulle vostre carte, organizzare le schede per computer in ufficio  
Non dare giudizi irriverenti che ve ne pentirete un anno dopo o irrilevanti nel trattare con il persona più tardi. (Allegato E)

Leadership F. secondario: Il processo di pulizia vi permetterà di far emergere e individuare leadership potenziale al di fuori della struttura eletto. Se non sono collegati e coinvolti presto, si perde ciò che avrebbe potuto essere la spina dorsale del gruppo.

VII. Manutenzione: L'inizio prevede sempre e pregiudica la fine. A questo punto, il 90% dei fondamenti del gruppo sono stati gettati. Il processo non si limita a ripetere, ma diventa più sofisticato.

(A) Problemi: Vuoi sempre il gruppo a muoversi su alcune questioni e progetti che coinvolgono il numero massimo di persone. La capacità di anticipare i potenziali problemi e la vostra abilità di gettare tutti i fondamentali, garantirà la manutenzione di base del gruppo.

(B) Spettatori: La maggior parte dei primi incontri sono i più grandi incontri che i gruppi potrà mai avere, a seconda della qualità delle questioni. Costruire un nucleo che si può dipendere per la coerenza del gruppo sia in dimensioni e qualità. Si tratta di un evento organizzativo naturale. È necessario convincere il gruppo, però, che non hanno mai abbastanza gente per essere soddisfatti, ma non consentono i numeri a deprimere la loro attività o la stabilità.

(C) Leadership e Iscrizioni: Leadership è costruita in azioni, parlare non è mai un sostituto adeguato. Il trasferimento di un gran numero di ruoli dell'agenda l'appartenenza è fondamentale, quindi i ruoli devono essere chiari e semplificati per l'esecuzione efficace.

(D) politica: se non ti muovi nell'arena politica, gli obiettivi a lungo termine dell'organizzazione non verranno mai realizzati. La gente si riferiscono al processo elettivo, in modo da utilizzarlo come un veicolo di potere. Il loro ruolo e il potenziale impatto in questo campo dovrebbe essere inteso e progettato dal gruppo. L'iscrizione deve andare avanti l'agenda politica quando verrà il momento, in modo da prepararli fin dall'inizio e per tutta la loro storia.

(E) sistema di sconti: Ampliare il sistema di sconti per aumentare i benefici, così come sempre la consegna quelle cose che sono i diritti di appartenenza (accesso, news, etc) contribuirà a mantenere il gruppo giorno per giorno.

(F) I modelli di manutenzione e storici: Verificare con l'ufficio per ciò che è disponibile e utile per il vostro gruppo in termini di campagne future.

(G) Ricerca: La maggior parte delle ricerche per il gruppo saranno trattati fuori sede dello Stato su tutte le questioni e attività del gruppo è interessato a perseguire.

#### VIII. Organizer / Rappresentante ACORN:

1. Criteri per la selezione: Dalla sua / il suo compito è quello di fungere da collegamento tra il gruppo e organizzatore in termini di coordinamento, informazione e responsabilità. Preferibilmente, l'AR deve essere qualcuno che sta per essere ragionevolmente stabile sia agli occhi del gruppo e in residence nella comunità.

#### 2. Chi:

(A) contatti con l'esterno: Vistas, studenti universitari, ministri, personale OEO, casalinghe con il tempo, o altri volontari in cui credi e hai fiducia.

(B) Iscritti: Qualcuno tra i ranghi che appare in grado di prendere sul posto di lavoro. Esempio: La prima persona che ci ha invitato nella zona o qualcuno del comitato organizzatore originale.

(C) Leadership: Se necessario, si può spaziare i ruoli del rappresentante del comitato esecutivo e alcuni sotto-ufficiali. Il presidente potrebbe fare i ruoli di analisi e spinta. Il tesoriere raccoglie le quote. Eleggere o nominare una persona per distribuire i giornali. Il segretario organizza i luoghi d'incontro e l'invio o volantini utilizzati per la notifica.

#### 3. Cosa:

(A) temi: la AR si adegueranno ai problemi della comunità, e avvertire l'organizzatore alle esigenze o sviluppi futuri.

(B) Servizi: L'AR sa che cosa ACORN e l'organizzatore dovrà offrire al fine di mantenere il valore del ACORN / gruppo di relazione.

(C) aspettative: la AR manterrà la supervisione del contratto, in termini di ciò che il gruppo è tenuto a consegnare (diritti, circolazione, elezioni).

(D) Liste: L'AR non mancherà di tenere il passo con le fluttuazioni di indirizzi e contatti da inviare all'organizzatore o l'ufficio statale.

(E) Conflict: L'AR saprà tenere il passo con tutti i problemi emergenti interni o esterni con il gruppo, in modo che l'organizzatore può rispondere, se necessario.

(F) Leadership: L'AR farà in modo che la leadership democratica è in funzione e sta facendo i lavori organizzativi di cui sono responsabili.

(H) Comunicazione: L'AR sarà molte volte la migliore fonte di informazione delle attività nel resto di ACORN e la zona / il suo generale, a causa della sua / il suo stretto contatto con l'organizzatore. Lui / lei avrà anche un ruolo importante nella creazione della leadership e dei membri per le questioni in tutto lo stato, che sono multi-raggruppati.

B. L'Organizzatore ACORN: L'organizzatore terrà in contatto con l'AR per quanto è necessario per proseguire le attività del gruppo. L'organizzatore prenderà importanti decisioni che vanno e dare consigli in base alle informazioni della AR, a condizione del gruppo, problemi, il progresso, e il conflitto.

1. Piano: L'organizzatore e il AR svilupperà piani futuri per il gruppo, così come stabiliscono i programmi organizzativi.

2. Passo avanti: L'organizzatore farà in modo che il gruppo e l'AR ottengano continuamente le informazioni di cui hanno bisogno per imbarcarsi su qualsiasi questione in discussione o di pianificazione.
3. Azioni: L'organizzatore ove possibile, sarà a interventi pubblici del gruppo di assistenza e consulenza e tenderà la mano ad ACORN nella relazione visibile.
4. Incontri: Almeno una volta al mese l'organizzatore farà probabilmente una sorta di evento gruppo così lui / lei può parlare e incontrare la gente: riunioni del comitato esecutivo, riunioni di gruppo, ecc
5. Il contatto con l'AR: L'organizzatore si parla continuamente con l'AR e il presidente. Lui / lei dovrebbe incontrarsi con loro almeno una volta al mese per mantenere il gruppo attivo e in movimento.
6. Ovviamente l'organizzatore diventa una figura forte background: un servizio professionale fornito dal'affiliazione con ACORN.
7. Obiettivi: L'organizzatore continuerà a mantenere il gruppo in sintonia con gli obiettivi, gli sviluppi politici e le questioni emergenti nel resto dell'organizzazione.
8. Report mensile: un numero qualsiasi di sistemi potrebbe essere messo a punto da un organizzatore di tenere il passo con l'AR e il progresso gruppi. Un organizzatore fa un report mensile al gruppo con suggerimenti e consigli.
9. Responsabilità verso l'Ufficio di Stato: l'Ufficio di Stato non mancherà di tenere un calendario fatto da parte dell'organizzatore del suo / sua sorte e le esigenze. Essi ricevono inoltre uno schizzo settimanale su ciascuno dei gruppi all'interno del suo competente al fine di mantenere il sostegno prima che le informazioni si diffondano. L'ufficio di stato condenserà tutti i rapporti organizzativi ed invierà a tutti gli organizzatori (e AR), le sinossi.

Scritto da Wade Rathke, 1973