

MANUAL

UTÅTRIKTAD AKTIVISM

**AMNESTY
INTERNATIONAL**



INNEHÅLL

INTRO

DEL 1: PLANERA UTÅTRIKTAD AKTIVISM

- Att hålla effektiva planeringsmöten
- Vad vill ni uppnå?
- Hur får vi med oss fler aktivister?
- Tillstånd och praktikaliteter
 - Att söka polistillstånd
 - Material
 - Aktivitetsbidrag
- Faktaruta: Bra att ha koll på

DEL 2: UTFÖRANDE

- Hur skapar vi uppmärksamhet?
- Hur får vi människor att stanna och prata med oss?
- Hur syns vi bortanför aktionen?
 - Lokal media
 - Social media

BILAGA: PLANERINGSMETOD - STRUKTURERAD BRAINSTORMING

INTRO

Mycket av vårt arbete för mänskliga rättigheter sker bland andra och syftar till att få andra att agera, delta eller lägga märke till oss och våra frågor. Här hittar ni handfasta råd kring att arrangera utåtriktade aktiviteter tillsammans med andra. Denna manual riktar sig till er som ska organisera utåtriktade aktiviteter, eller som stöttar andra som gör det. Här finner ni praktiska verktyg, tips och råd. Manualen är uppdelad i två delar som respektive handlar om att planera utåtriktad aktivism, och utförandet som följer.

Kontaktuppgifter till de regionala teamen: aktivism.amnesty.se/kontakt



Stockholmsdistriktets fackeltåg för Azza Soliman den 8 mars 2018.

DEL 1: PLANERA UTÅTRIKTAD AKTIVISM

I följande del kommer redskap och tips på hur ni planerar en lyckad aktion/aktivitet presenteras. Syftet är dels för er som läsare att bygga er kunskap, men också för att ni ska kunna sprida denna kunskap vidare. Varför inte hålla en workshop om hur en lyckad aktion planeras?

Att hålla effektiva planeringsmöten

Första steget till att planera en aktivitet är att hålla ett inledande planeringsmöte. För att ett möte ska vara så effektivt som möjligt och för att planeringen av aktiviteter ska gå smidigt finns det vissa saker som kan vara bra att tänka på innan, under och efter mötet. Innan mötet kan det vara bra att visualisera vad mötets syfte är, vilken typ av möte det ska vara, samt vad mötet ska leda till. Handlar det om att planera en aktion kanske syftet är att just planera vilket typ av aktion det ska vara, mötesformen är gruppdiskussion, och resultatet ska vara att en arbetsfördelning har gjorts. De som kallar till och håller mötet bör innan mötets start ha informerat övriga deltagare om innehållet.

Under mötets gång är det bra att följa någon form av agenda för att se till att allt det som behöver tas upp kommer med. Ledaren ansvarar för att agendan följs, att alla kommer till svaren och att mötet leder till det eftersträlvade resultatet. Hur aktioner planeras på ett bra sätt finner ni i nästkommande stycke. De som leder bör fundera över hur en bäst skapar ett utrymme där varenda deltagare känner sig inkluderad och engagerad. För att skapa ett inkluderande utrymme är det viktigt att inte anta att alla tänker på samma sätt, föredrar samma saker, eller har samma förmågor. Ett bra möte har med både incheckning och utcheckning där syftet är att både inleda och avsluta mötet med att inkludera varenda medlem.

Efter mötets avslutande finns det en del uppföljande arbete och beslut kvar: vem som ansvarar för dokumentationen och dess spridning; vem som ansvarar för att mötets resultat följs upp och att de som tagit an ansvarsuppgifter följer dem; vem som ansvarar för att deltagare som ej deltog får informationen; om det behöver göras någon utvärdering; om du som leder behöver göra någon förändring inför nästa möte.

Vad vill ni uppnå?

Att nå mål handlar först och främst om att visualisera vad ni vill uppnå. Vilken förändring vill ni bidra till genom er aktivism? Det är viktigt att ni kan tydliggöra och förklara vad ert arbete ska leda fram till. En bra utgångspunkt är att ställa och tänka på frågorna: Vad? Varför? Vem? När? Hur? Vad det är ni vill uppnå; varför ni gör det; vem ni agerar för/vem ni vill engagera; när ni vill agera; hur ni vill agera. Vi tenderar att nå våra mål bäst när de är tydligt formulerade, relevanta, och när alla deltagare förstår och bryr sig om dem. Något som är bra att tänka på när ni sätter era mål är att de bör vara formulerade som aktivitetsmål snarare än mål om kampanjen eller fallet som ni arbetar med. Detta är fallet

eftersom det är resultatet av aktiviteten som ni har kontroll över, inte nödvändigtvis resultatet kring kampanjen eller fallet. Det finns en rad olika typer av metoder som kan användas här. En metod som har visat sig effektiv i dessa typer av sammanhang är **strukturerade brainstorm-metoder**. Exempel på hur en sådan metod kan se ut finns i bilagan längst bak i manualen.

Under planeringsstadiet är det viktigt att även ha i åtanke det arbete som följer aktionen/aktiviteten. Detta kommer förhindra förvirring om vems ansvar det är att exempelvis bära tillbaka tältet till kontoret eller skicka petitionslistorna till mottagaren. Planera även in något form av avslut av aktionen/aktiviteten, där ni både firar det ni åstadkommit och diskuterar hur ni tyckte det gick. Glöm inte att påminna varandra om hur grymma ni är!

Hur får vi med oss fler aktivister?

När vi gör utåtriktade aktioner vill vi ofta vara många. Att vara många bidrar i sig själv till synlighet, det finns fler som kan hjälpas åt och vi visar att vi är en rörelse. Det går alldeles utmärkt att vara 2-3 personer för att göra en effektiv kampanjaktivitet men eftersom det ofta finns en önskan att samarbeta mellan aktivister kommer här lite tips om hur vi kan kroka fler aktivister att delta.

- Engagera i tid. Ju tidigare ni involverar andra desto större chans att de kommer vilja vara med. Det handlar helt enkelt om delaktighet.
- Skicka inte frågan via mejl. Ibland kan det kännas som att vi är i hamn när mejlet till 122 personer är skickat men icke! Det som avgör om någon vill vara med är dels relationen och dessutom hur de blir kontaktade. Vänd er därför i första hand via telefon till den som ni har bäst relation till i t.ex. en annan grupp. Ett alternativ är att besöka en annan grupp på deras möte och presentera er idé.
- Var tydlig med varför er aktion är viktig och ännu viktigare varför just den/de ni kontaktar är viktiga och varför ni vänder er till just den/de. Det handlar INTE om att ljuga utan att formulera en respektfull och ärlig fråga.
- Be om hjälp att hitta folk. Ibland har distriktsstyrelsen eller det regionala teamet bättre koll på vilka grupper som har intresse eller kompetenser som ni kan dra nytta av, de kan ibland också ha andra relationer som förenklar att ställa frågan.

Tillstånd och praktikaliteter

Att söka polistillstånd

För många utåtriktade aktiviteter, så som manifestationer eller att sätta upp ett tält för att samla underskrifter, krävs det tillstånd från Polismyndigheten. Det finns olika typer av tillstånd som en söker via polisens hemsida (polisen.se/tillstand). De tillstånd som är mest relevanta för er brukar vara

Tillstånd för att använda offentlig plats, som söks för att t.ex. sätta upp ett tält på stan, samt *Tillstånd för allmän sammankomst*, som söks för demonstrationer, manifestationer och opinionsyttringar.

För att söka tillstånd letar ni upp relevant blankett på hemsidan, genom länken ovan, och fyller i blanketten antingen direkt på er dator, eller efter att ha skrivit ut den. Den ifyllda blanketten skickas sedan med e-post eller brev till polisen i det län tillståndet ska gälla. För att ansökan ska prövas måste en avgift betalas. En betalningsavi skickas till er e-postadress och kostnaden varierar beroende på typen av tillstånd ni söker. Ett tips är att ni kan söka aktivitetsbidrag om ni planerar större aktiviteter. Hör med ert regionala team om hur ni gör detta.

När avgiften är betald och ansökan godkänts är det fritt fram för er att agera! Kom ihåg att söka i tid och vara så tydlig som möjligt i ansökan om vad det är ni har planerat. I vissa fall kommer polisen ställa följdfrågor på mejl, som för att komplettera ansökan, vilket kan sakta ner processen lite - ännu ett skäl att söka i god tid.

Material

Ofta finns det material framtaget som är knutna till enskilda kampanjer, men det finns även goda möjligheter för att ta fram eget material. På Aktivistportalen finns det massvis med information om hur ni skapar, beställer eller får hjälp att formge material. Ni hittar dit på aktivism.amnesty.se/material. Där finner ni exempelvis information om vilka typer av fonter som rekommenderas i utåtriktat material, samt möjligheten att ladda ner Amnesty-loggan i olika format. Har ni idéer för material som ni skulle vilja ta fram kan ni även kontakta formgivninggruppen, som består av ett gäng aktivister som har bra koll på grafisk design. De hjälper gärna till med att förverkliga era idéer. Kontaktuppgifter till formgivninggruppen finns under länken ovan.

Material som går att beställa är exempelvis T-shirts, västar, affischer, pins och ballonger. Ett tips är att även kolla med ert närmaste distriktskontor och höra vad för typ av material som kan lånas av dem. Är ni i behov av ett tält, bord, vimplar, banderoller eller kanske ljusslingor? Chansen är stor att det finns att låna på kontoret.

Aktivitetsbidrag

Alla grupper (ungdomsgrupper, sektionsgrupper, redovisningsgrupper och specialgrupper), distrikt och samordningar kan ansöka om aktivitetsbidrag. Bidraget är till för att möjliggöra större aktiviteter och projekt och är inte begränsat till ett visst belopp.

- (1) Den från gruppen som söker bidraget kontaktar sekretariatet och beskriver vilken aktivitet som er grupp planerar att genomföra och vad pengarna kommer att användas till. Detta görs för att säkerställa att er aktivitet ligger i linje med det som den svenska sektionen prioriterar just nu.
- (2) Den formella ansökan görs via formuläret *Ansökan om aktivitetsbidrag* samt ett budgetförslag

och skickas till sekretariatet. Formuläret finner ni på aktivism.amnesty.se/aktivitetsbidrag.

- (3) Så snart bidraget beviljats kommer pengarna betalas ut, och sökande får instruktioner för hur pengarna ska redovisas. Vi räknar med att pengarna ska kunna betalas ut 5-10 arbetsdagar efter att vi fått ansökan dock kan ansökan över 5000 kronor ta längre tid.
- (4) När aktiviteten är genomförd ska en kortare rapport om aktiviteten och resultatet skickas till handläggare. Kvitton redovisas till ekonomin. Ev. pengar som blivit över ska betalas tillbaka till sekretariatet, plusgiro: 459 776.

Exempel på hur ansökan kan se ut finns på Aktivistportalen.

Bra att ha koll på

Insats - Insats är vårt digitala utskick till organiserade aktivister som varje månad uppdateras med matnyttig information om vilka kampanjer som är på gång, viktiga händelser och dagar, med mera. Insats går ut till gruppsekreterarna en gång i månaden. Det är varje GS ansvar att se till att övriga i gruppen tar del av det som är med i utskicket. Ni kan även hitta insats på Aktivistportalen, genom att klicka på 'Insats' uppe i högra hörnet.



Aktivistportalen - Aktivistportalen (aktivism.amnesty.se) är hemsidan för aktiva medlemmar där du hittar information om allt från vilket kampanjmaterial som produceras till varför Amnesty jobbar med flyktingars rättigheter. På aktivistportalen hittar ni även information om långsiktigt kampanjarbete, mediaarbete, föreläsningar och mycket annat. Aktivistportalen är en levande sida så skicka gärna in om ni testat en ny lyckad idé så kommer det med bland tipsen och andra grupper kan inspireras av ert arbete.

DEL 2: UTFÖRANDE



Aktion under Amnestys Europeiska Ungdomsmöte i Paris, Frankrike juli 2018.

Hur skapar vi uppmärksamhet?

Något som vi ofta vill när vi anordnar utåtriktade aktiviteter är att dra till oss uppmärksamhet från allmänheten. Detta kan göras genom att synas och höras mycket, och att vara tydliga med vad det är ni vill säga så att andra runt omkring enkelt och snabbt förstår vad det är ni håller på med. För att klargöra varför aktiviteten genomförs är det bra att ha ett tydligt budskap. Ert budskap ska vara en förenkling och ett förtydligande av syftet med er aktivitet. Detta bör vara anpassat till er målgrupp. På ett plakat måste budskapet koncentreras till en kort mening, i ett flygblad går det att lyfta fram några korta punkter, i ett tal eller en intervju går det att vara lite mer detaljerad och nyanserad. En lämplig fråga ni kan ställa er är: Om någon bara kommer ihåg en mening från vår aktivitet, vilken ska den i så fall vara? Det finns olika metoder ni kan använda för att dra till er uppmärksamhet, dessa kan ofta kombineras.

Tre huvudspår att utgå från är:

- Att göra något som är stort eller som samlar många,
- Att låta,
- Att vara iögonfallande, udda eller konstig.

Viktigt att tänka på är att den metod, eller de metoder, som ni väljer att använda måste ligga i linje med er budskap. Detta är bra att tänka på för att människor inte ska missuppfatta vad ni vill säga. Dra er inte heller för att knycka andras uttryck - hämta gärna inspiration från reklam eller andra organisationers kampanjverksamhet. Ni behöver inte heller dra er ifrån att göra något som inte tidigare gjorts. Har ni en idé som känns för "mycket" eller för "out there" finns det en stor chans att detta är mitt i prick!

Är ni osäkra och vill bolla idéer är det bara att kontakta ert regionala team, de hjälper er gärna!

Hur får vi människor att stanna och prata med oss?

När ni väl fångat folks uppmärksamhet vill ni också att de ska stanna och prata med er om varför ni är där. Det handlar alltså inte bara om hur ert agerande ser ut, utan också om hur ni bemöter människor. Viktigt är att ni gör er sedda. Här gäller det att se öppen, vänlig och välkomnande ut. Ni kan se till att möta människor, haffa ögonkontakt och göra det tydligt att det är den specifika personen ni vill tala med. Ni ska självklart inte tränga er på folk allt för mycket, men var bestämda.

När ni inleder samtalet kan det vara bra att redan i första meningen förmedla vad det är ni vill. Meningen ska vara kort och informativ, exempel: "Hej! Vi samlar underskrifter för Ahmadreza Djalali som dömts till döden i Iran". Genom meningar som denna informeras personen som ni talar till direkt om vad det är ni vill.

Värt att nämna är att ni inte måste veta *allt* om det fall ni arbetar för. Ni är där för att förmedla var Amnesty som organisation står i frågor, inte som sakkunniga. Det är helt i sin ordning att ni ibland kommer behöva hänvisa till sekretariatet för frågor ni får som ni inte kan besvara. Ett tips är att ha med kontaktuppgifter till anställda som ni då enkelt kan hänvisa till.

Om folk ni möter är avvisande eller ignorerar er är det viktigt att inte låta det dra ner er - det är bättre att gå vidare. Ni kan varken bestämma eller tvinga folk till att bry sig eller hålla med er. Därför ska ni inte bli besvikna när detta händer. Det kan hända att ni under ert agerande möter personer som inte håller med om det ni agerar för eller mot. En del av de frågorna som Amnesty jobbar med kan framkalla mycket känslor hos människor. Det är alltid viktigt att respektera människors olika åsikter. Med det sagt finns det diskussioner som omöjligt kan leda till något - om den andre parten exempelvis inte försöker söka en förståelse. I dessa fall kan det vara bäst att komma överens om att vara oense och sedan gå skilda vägar.

Hur syns vi bortanför aktionen?

Tänk på att ni även kan synas bortom ert fysiska agerande - här finner ni inspiration om hur!

Lokal media

När ni vet vilket typ av agerande som ska äga rum kan ni börja ta kontakt med lokalmedia! Genom lokalmedia kan ni nå ut till en stor mängd människor som kanske aldrig annars uppmärksammats om det budskap och den information som ni sprider. Under aktivism.amnesty.se/media finner ni massor av matnyttig information om att arbeta med insändare och debattartiklar, att kontakta en redaktion, och om att medverka i intervjuer. Här nedanför finns en checklista på sådant som ni kan tänka på för att lokalmedia ska bli intresserade av att ha med just er aktion.

Hur får jag media intresserade?

- Gör en kartläggning över vilka lokalmedier det finns och är relevanta för just er
- Formulera varför just det ni gör är intressant - varför ska man bry er om just det ni gör?
- Formulera varför detta händer **just nu**
- Beskriv **vad** som kommer att hända samt **vilka** som kommer att medverka
- Ta kontakt med media **i god tid** innan ert agerande
- Kom överens om **vem** som ska vara kontaktperson
- Ring, mejla eller skriv ett pressmeddelande
- Återkoppla** om de inte hör av sig

För mer info/tips: aktivism.amnesty.se/media, kommunikation@amnesty.se eller ert regionala team.

Social media

Det finns gott om information på Aktivistportalen (aktivism.amnesty.se/digital-kommunikation) om Facebook, Instagram och Twitter. Nedan finner ni en kort genomgång om hur vardera kan användas.

Facebook - Bra både för att sprida information om Amnestys arbete, vad ni som aktivister jobbar med, bjuda in utomstående till era event, och att kommunicera med era medlemmar och andra grupper. Positivt med Facebook är att ni kan skapa event som enkelt kan marknadsföras till specifika målgrupper. Detta görs när ni skapar event från er grupp Facebook-sida.

Instagram - Kan användas främst för att visa era följare vad ni gör, samt för att sprida information om era framtidsplaner, Amnestys arbete, och aktuella fall/världshändelser.

Twitter - På Twitter kan ni både 'retweeta' andras 'tweets', alltså dela andra inlägg, samt publicera era egna. Det viktigaste på Twitter är att hålla sig kort. Ni får max använda 140 tecken i ett inlägg och då räknas även länkar.

Sociala medier är generellt sett ett bra sätt att visa vad ni gör för de som inte är på plats under era aktiviteter. Digital aktivism är dessutom ständigt växande. Viktigt att tänka på är att

målgruppsanpassa, vara aktuellt, komma till poängen fort, och att engagera era följare. Sådant som bör undvikas på sociala medier är att använda för mycket text och krångliga ord, "spammiga" inlägg, samt onödiga länkar ut från plattformen.

Checklista inför publicering på sociala medier

- Vilken är er målgrupp?
- Vad pratas det om just nu och hur kan vi haka på debatten?
- Räcker det med att se bilden/läsa första meningen för att förstå vårt inlägg?
- Är vårt inlägg engagerande/delbart?

För mer info/tips: aktivism.amnesty.se/media, kommunikation@amnesty.se eller ert regionala team.

BILAGA: PLANERINGSMETOD - STRUKTURERAD BRAINSTORMING

Strukturerad brainstorming som metod handlar om att låta kreativiteten flöda, men på ett strukturerat sätt. Syftet är att till slut ha ett gäng idéer som är mer eller mindre konkretiserade. Det finns olika versioner av metoden, som kan variera något beroende på syfte och preferens. Det som presenteras nedan är ett exempel på hur strukturerad brainstorm kan se ut. Testa er fram och känn efter vad som fungerar bäst för just er grupp.

Det som behövs innan: någonstans att skriva/rita på - whiteboard, stort pappersark eller liknande funktion online för videomöte (t.ex. Jamboard som är en Google funktion).

- (1) Deltagarna får möjlighet själva sitta och skriva ner sina tankar och idéer.
- (2) Deltagarna delas upp två och två och delar med sig av sina tankar och idéer. Tillsammans kommer paren fram till vilka tankar och förslag som är bäst (kanske bestäms det att varje par ska enas om 4 st).
- (3) Paren presenterar sedan sina förslag inför övriga deltagare medan de skriver upp dem på en lista lodrätt på en whiteboard, ett stort pappersark eller liknande.
- (4) När vardera par skrivit upp sina förslag i listan och berättat om dem får paren ett antal "kryss" som fungerar ungefär som röster. Dessa kryss placerar paren ut på de förslag som de föredrar. Här kan man till exemplen begränsa deltagarna till att endast använda ett kryss på sina egna förslag. Kryssen sätts bredvid förslagen.
- (5) Om det finns förslag som inte fått några kryss tas dessa bort från listan. Sedan sorteras kvarstående förslag efter teman, om det exempelvis finns förslag som går in i varandra eller hänger ihop kan dessa kombineras så att listan krymper. Detta görs gemensamt med deltagarna.

När dessa steg följts bör ni ha ett antal förslag. Om ni har tid kan ni sedan dela upp deltagarna efter förslagen, eller låta dem välja vilket av förslagen de är mest intresserade av, och låta dem fundera över hur ni går vidare med planeringen för dem. Exempel på sådant som deltagarna kan diskutera är vad som ska göras, hur det ska göras, av vem och när. Detta kan göras antingen under samma tillfälle som brainstormingen, eller som uppgift åt grupperna tills nästa möte.

När ni väl bestämt er för vad som ska göras är det viktigt att fördela ansvaret mellan gruppmedlemmarna. Ett tips är att skriva ner allt som behöver göras i en lista och dela upp uppgifterna sinsemellan. Listan, tillsammans med de som ansvarar för vardera uppgift, bör finnas tillgänglig för hela gruppen. Det kan här även vara bra att sätta deadlines för uppgifterna. Som ledare bör en ha kontinuerlig kontakt med medlemmarna för att kolla läget och för att se till att allt går som det ska.