



Alle barn og unge har rett til lek og fritid



# AKTIVITETS- HÅNDBOKA



Redd Barna



SIGNÉ

# Innhold

Innledning.....	1
Hvorfor jobber Redd Barna med kampanjer?.....	1
Hvordan bruke aktivitetshåndboka?.....	2
Redd Barna – en rettighetsorganisasjon.....	3
Lokalt samarbeid og partnere.....	4
Barns medvirkning.....	6
Mobilisering – få med flere på laget!.....	7
Verve medlemmer og nye frivillige .....	7
Stand.....	8
Samle inn innspill/underskrifter .....	10
Stunt/aksjon.....	12
Markering.....	14
Politisk påvirkning .....	16
Påvirke politikere.....	16
Få saken opp på kommunestyremøte.....	19
Åpent møte/debatt.....	21
Øk kunnskapen .....	24
Spre materiell og informasjon.....	24
Utstilling .....	25
Temamøte.....	26
Lokalt arrangement.....	29
Arrangementer med barn som målgruppe.....	31
Skap synlighet.....	35
Komme på i media .....	36
Leserinlegg .....	38
Ildsjeler.....	39
Sosiale medier.....	40
Få tillatelse til stand, stunt/aksjon, arrangement.....	42
Planlegg aktivitet – enkel prosjektplan-mal som kan brukes for å planlegge aktiviteter.....	43
Evaluerings - etter gjennomført aktivitet.....	44
Hvordan søke midler til aktiviteter?.....	45
Hvordan kan jeg påvirke Redd Barna som organisasjon? .....	46

# Innledning

## Hvorfor jobber Redd Barna med kampanjer?

Når rettigheter brytes, må vi reagere. Vi ser at når Redd Barnas medlemmer, frivillige, ungdommer og ansatte, og også personer utenfor organisasjonen sier ifra – sammen, så skaper vi endring. Å ha deg med på laget er viktig. Mange reagerer og kjenner på sinne og engasjement når barn diskrimineres og utestenges, eller når de utsettes for vold, overgrep og omsorgssvikt, og ønsker å gjøre noe med det. Likevel er det ikke alltid så lett å vite akkurat hva man kan gjøre.

Her i aktivitetshåndboka finner du tips og inspirasjon om hva du kan gjøre der du bor, og vi har funnet fram mange eksempler på hva frivillige har gjort som har vært vellykket tidligere.

En viktig del av vårt rettighetsarbeid er å påpeke feil og mangler i samfunnet barn vokser opp i. Det er samfunnet og ikke barnet som må endres. Det er for eksempel manglende tilrettelegging og ikke funksjonsnedsettelsen til et barn som er problemet når man ønsker å delta på fritidsaktiviteter. Det er manglende økonomiske støtteordninger eller mangel på politikk for å motvirke familiefattigdom som er problemet, og ikke hvor mange penger familien har på kontoen. Når skolen ikke gir barn kunnskap om kropp, grenser og seksuelle overgrep, brytes barns rettigheter. Vi kan ikke se på at barn lider i krig og konflikt, og at barn på flukt ikke får hjelpen de trenger. Dette kan vi endre, sammen!

Hvordan vi sier ifra og til hvem, vil variere ut ifra sted og fra tema. Om du vil si fra i media, på gater og torg, direkte til politikere eller til folk flest, så er denne boka full av råd om hvordan du kan gjøre nettopp dette. Politikere og alle som jobber med barn har en plikt til å innfri barns rettigheter. Det er Redd Barna sin oppgave å sørge for at de som bestemmer sikrer at barn er trygge og at barn får være en del av fellesskapet.

Når vi får med mange på laget for å sette fokus på urettferdighet og brudd på barns rettigheter, så er dette kampanjearbeid. Redd Barnas har i sin strategi et mål om å bli en tydelig kampanjeorganisasjon. Ved å bruke medier, gatebildet og sosiale medier, debatt eller temamøte til å si ifra når barns rettigheter brytes, er målet å sammen skape varige endringer til det bedre for barn.

Du finner mer informasjon om Redd Barnas aktuelle kampanjer på [www.reddbarna.no/for-frivillige/aktuelle-kampanjer-og-ressurser/](http://www.reddbarna.no/for-frivillige/aktuelle-kampanjer-og-ressurser/).

Her kan du lese om temaene, hvordan du kan engasjere deg i kampanjene, og du finner tips om aktiviteter og ressurshefter du kan ta i bruk. Har du spørsmål om kampanjene? Ta kontakt med ditt regionskontor eller send en epost til meg, Ane Aamodt, på [ane.aamodt@reddbarna.no](mailto:ane.aamodt@reddbarna.no).

Redd Barna jobber også for å rekruttere nye medlemmer. Det skal være lav terskel for å engasjere seg sammen med oss. Kjenner du noen som vil delta i kampen for barns rettigheter? – få de med på laget! Vi skal være en stemme for barn som får sine rettigheter brutt, som opplever utenforskap og mangel på beskyttelse. Sammen skaper vi et bedre samfunn for barn!

Ane Aamodt  
Kampanjeleder



## Hvordan bruke aktivitetshåndboka?



Som medlem av en rettighetsorganisasjon slik som Redd Barna kan du være med og skape endring til det bedre for barn. Redd Barna har fokus på mange ulike temaer, og barns rettigheter er alltid i sentrum.

Denne aktivitetshåndboka er ment å gi deg inspirasjon og kunnskap om *hvordan* du kan jobbe med temaene i kampanjene gjennom ulike aktiviteter. Boka kan være et oppslagsverk og en sjekklister for deg som allerede vet hva du ønsker å gjøre (for eksempel arrangere en temakveld eller stå på stand). Da er det bare å slå opp på valgt aktivitet ved å følge innholdsfortegnelsen. Dersom du ikke har bestemt deg for hva du vil gjøre enda, kan boka være en inspirasjonskilde hvor du kan få ideer og se eksempler på hva andre har gjort.

Når man driver med kampanjearbeid er det viktig å reflektere over hva det er man ønsker å oppnå og hvor mye tid du vil bruke på det. Når du har satt deg et mål kan du planlegge aktiviteter som kan bidra til at du oppnår målet. Det kan være lurt å planlegge forskjellige aktiviteter over en lengre tidsperiode for å oppnå målet. For eksempel kan du først arrangere en temakveld hvor du selv og andre kan lære mer om saken, deretter skrive et leserinnlegg og så følge opp med å møte politikere. Samtidig er det viktig å ikke ta seg vann over hodet. Gjør ting i et tempo som passer for deg.

Du finner info om Redd Barnas aktuelle kampanjer her:

[www.reddbarna.no/for-frivillige/aktuelle-kampanjer-og-ressurser/](http://www.reddbarna.no/for-frivillige/aktuelle-kampanjer-og-ressurser/).

**FACEBOOKGRUPPA**

Bli med i vår Facebookgruppe for jevnlig oppdateringer om kampanjer, aktiviteter og mer:

*[Redd Barna \(kampanjegruppe for frivillige og ansatte\)](#)*



## Et godt mål bør være SMART:

### Spesifikt, Målbart, Attraktivt, Realistisk og Tidsbundet

Spesifikt fordi målet må være tydelig og fortelle eksakt hva du vil oppnå. Målbart fordi du må kunne vite om du har oppnådd målet ditt, eller i hvilken grad du har oppnådd det. Attraktivt fordi du og andre må bli engasjert og motivert til å jobbe for målet. Realistisk fordi det er ingenting som dreper engasjement like mye som følelsen av å mislykkes. Tidsbundet fordi målet må være oppfylt innen et bestemt tidspunkt.

Aktivitetshåndboka er delt inn i noen overordnede kapitler som sier noe om hva man kan oppnå med kampanjeaktiviteter. Ønsker du å øke kunnskapen om rettighetsbrudd, eller er målet å si ifra til politikerne? La hovedmålet være med på å lede deg mot den riktige metoden for deg og din Redd Barna-gruppe. Innholdet i boka er basert på det gode arbeidet som Redd Barna-frivillige allerede gjør. Alle kampanjeaktivitetene vil ha en "hvordan gå frem-oppskrift" med bilder og eksempler fra Redd Barna-grupper. Det er mange fine eksempler på aktiviteter som lett kan kopieres og gjennomføres på andre steder i landet. Det er ikke nødvendig å alltid finne opp kruttet på nytt.

I tillegg til oppskrifter, bilder og eksempler på ulike aktiviteter, finner du i denne boken også en enkel prosjektplan-mal som dere kan bruke for å komme i gang, og noen punkter som er viktige til evalueringen i etterkant. Du kan også lære mer om hvordan å påvirke organisasjonen, og hvordan gruppen din kan søke midler til aktiviteter.

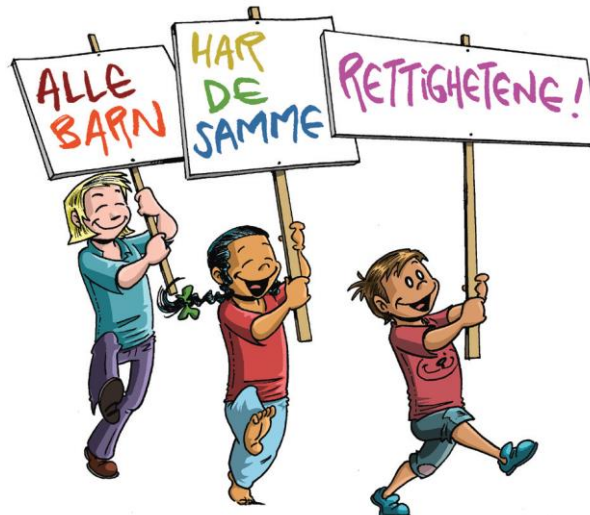
Vi håper aktivitetshåndboka kan være et nyttig verktøy. Lykke til!

# Redd Barna – en rettighetsorganisasjon



Redd Barna er en rettighetsorganisasjon, og FNs konvensjon om barns rettigheter (Barnekonvensjonen) er vårt viktigste arbeidsverktøy. Blant de mange menneskerettskonvensjonene er barnekonvensjonen spesiell fordi den utelukkende gjelder barns rettigheter og sikrer rettigheter til hvert enkelt barn. Som konvensjon er den rettslig bindende for de stater som ratifiserer dem, altså de som har forpliktet seg til å overholde den. Norge har ratifisert barnekonvensjonen og fra 2003 har den vært innlemmet i norsk lovverk.

I alt vårt arbeid er hovedmålet å gjøre oss selv overflødige på sikt. Redd Barnas utgangspunkt er at det er nasjonale og internasjonale myndigheters ansvar å sørge for at barns rettigheter blir innfridd. Vi jobber også for å sikre at innholdet i Barnekonvensjonen blir kjent og respekteres av foreldre, lærere, politikere, myndigheter og andre personer som jobber med barn. Barn må få lære om rettigheter, og vi informerer barn om at de har særskilte rettigheter, blant annet gjennom å samarbeide med skoler.





# Lokalt samarbeid og partnere

Redd Barnas endringsteori beskriver hvordan Redd Barna arbeider både lokalt, nasjonalt og internasjonalt for å skape umiddelbare og varige resultater for barn. Dette innebærer å ha fokus både på de barna som har barndommen sin her og nå, samtidig som vi jobber langsiktig for et samfunn som innfrir alle barns rettigheter, uansett hvem de er eller hvor de kommer fra. Vi skal sette barns rettigheter på dagsorden. Vi skal finne effektive metoder og løsninger, sikre at barn og unge selv får bidra til å påvirke avgjørelser som angår dem og at deres stemmer blir hørt.



Dette gjør vi best ved å bygge gode partnerskap. Ved å samarbeide med andre som engasjerer seg for samme sak som deg og din Redd Barna-gruppe, enten det er andre enkeltpersoner, organisasjoner, lag, foreninger, ungdomsråd, bedrifter, stiftelser, bibliotek eller andre aktører, kan man få både større handlingsrom og gjennomslagskraft. Å invitere mulige støttespillere til et møte kan skape grobunn for nye samarbeidsformer, større lokal tilstedeværelse og økt oppslutning om kampanjene våre. Skal man for eksempel lage en markering

Redd Barna Drammen samarbeider med revisjons- og rådgivningsselskapet BDO Drammen. Sammen har de satt barns rett til lek og fritid på dagsorden lokalt, blant annet gjennom å sette opp en hinderløype i sentrum av Drammen. I hinderløypen fikk deltakerne lære om ulike barrierer som gjør at barn og unge ekskluderes fra fritidsarenaen.



for å skape oppmerksomhet om en sak kan det være nyttig å invitere med seg andre organisasjoner som mener det samme, og kanskje mindre lokale foreninger som jobber på tema lokalt. I tillegg kan for eksempel politiske ungdomspartier være gode alliansepartnere for å øke politisk press, da de ikke alltid er enig med sine moderpartier og har gode kanaler inn i politikken. Ved arrangementer gjelder det også å finne lokale partnere man kan samarbeide med om å sette fokus på en sak. Bruk tid på å identifisere hvem de potensielle støttespillerne i ditt lokalmiljø er.

Redd Barna Drammen samarbeider også med Strømsgodset IF om ulike aktiviteter lokalt.



Redd Barna Tromsø har tidligere vært med og arrangert *Barnas Dager*. Sammen med FN-sambandet Nord, Tromsø Idrettsråd og Tromsø kommune inviterer man byens idrettslag og kulturinstitusjoner til en storstilt feiring av FNs barnekonvensjon sammen med barn og unge i Tromsø. Med *Barnas Dager* legges det til rette for at barn og familier i Tromsø skal bli bedre kjent med fritidstilbudene som fins i byen, og få lov til å teste dem ut på gratisarrangementer.



# Barns medvirkning

Artikkel 12 i barnekonvensjonen om barns rett til å si sin mening og bli hørt er et viktig arbeidsprinsipp i Redd Barna, noe som også gjelder når vi jobber med kampanje. Det er flere måter å inkludere barn og unge i vårt kampanjearbeid på. Du kan for eksempel kontakte elevråd eller ungdomsråd i din kommune for innspill til temaer som vi jobber med:

Eksempler – barn og unge du kan samarbeide med:

- Barne- og ungdomsråd i kommunen, elevråd
- Barne- og ungdomsorganisasjoner
- Press – Redd Barna Ungdom har lokale grupper spredt over hele landet og er gode på kampanje og politisk påvirkning. Her kan det være mange samarbeidsmuligheter! [www.press.no](http://www.press.no)

## Artikkel 12. Å si sin mening og bli hørt

Barnet har rett til å si sin mening i alt som vedrører det og barnets meninger skal tillegges vekt.



Et annet forslag er å arrangere en temakveld/åpent møte, hvor ungdom gis muligheten til å ta opp utfordringer i kommunen (gjennom panelsamtale eller åpen talerstol) og å komme med innspill og spørsmål til lokalpolitikere/ordfører.



Rådfør deg med regionkontoret først dersom du ønsker å engasjere barn og ungdom i en aktivitet.

Hør gjerne med regionkontoret om en fagrådgiver kan reise ut og delta på aktiviteten dere planlegger.

Redd Barna har klare retningslinjer for hva slags aktiviteter frivillige kan gjennomføre med barn, også i forbindelse med kampanjer.

Redd Barna Larvik arrangerte et seminar om kroppspress og nettvett for elevrådsrepresentantene på skolene i Larvik. De inviterte inn spesialrådgiver i Redd barna, Kaja Hegg, til seminaret for å holde en workshop med ungdommene hvor det kom inn mange gode forslag og ideer til hvordan vi kan jobbe videre med temaet for å nå ut til ungdom.





# Mobilisering – få med flere på laget!

Å skape oppmerksomhet om saker du jobber for er viktig. Å få med flere på laget betyr at vi får en sterkere stemme og når ut til flere med vårt budskap. Redd Barna ønsker å nå ut til hver krik og krok av landet slik at vi kan få med oss så mange som mulig i arbeidet med å styrke barns rettigheter og si ifra om rettighetsbrudd. Flere engasjerte medlemmer og frivillige gir oss en større synlighet og flere underskrifter på et opprop gir oss en sterkere påvirkningskraft. Når vi er mange som sier ifra, kan vi skape endring til det bedre for barn.

## Verve medlemmer og nye frivillige



Redd Barna er en frivillig, medlemsstyrt organisasjon, og det å legge til rette for å verve medlemmer og nye frivillige gjennom kampanjearbeid kan være en klassisk vinn-vinn situasjon; å øke engasjement og synlighet for barns rettigheter kan gjøre at flere ønsker å være en del av Redd Barna som medlem eller frivillig.

Å verve nye medlemmer og frivillige trenger ikke nødvendigvis å være en aktivitet som krever mye. Fokuset kan være å verve gjennom aktiviteter dere allerede jobber med eller skal delta på. Dersom gruppen din arrangerer en temakveld, bruk de første fem minuttene til å introdusere gruppen og synliggjøre ønsket om flere frivillige. Dersom gruppen din skal ha aktiviteter på et familiearrangement, husk å ta med flyers/infoskriv som forteller hvordan man kan bli frivillig/medlem, eventuelt lag e-postlister hvor man kan samle inn info og følge opp interesserte i etterkant av arrangementet. Ha rekruttering av nye medlemmer og frivillige i bakhodet i alt dere gjør. Det er fortsatt svært mange der ute som ikke vet at man kan gjøre en frivillig innsats for Redd Barna. Dette må vi endre sammen!

Tenk også igjennom hvordan dere kan gjøre målrettet og inkluderende rekruttering. Hvem er det dere ønsker å ha med på laget, og hvor kan du rette deg for å finne disse? Er det spesifikke steder hvor det kan være aktuelt å rekruttere, for eksempel på et studiested, arbeidsplass o.l.? Husk på at alle bør få muligheten til å engasjere seg, uavhengig av funksjonsnedsettelse, språk, bakgrunn og livssituasjon.

Redd Barna Romerike stod på stand med materiell under en temakveld om barns beskyttelse mot vold og overgrep. De benyttet anledningen til å rekruttere nye frivillige ved å fortelle om hva de gjør på Romerike krisesenter.



Redd Barna Sogndal samarbeidet med høyskolen om å lage en lokal kampanjeuke mot vold og overgrep med utstilling og temakveld hvor de rekrutterte nye medlemmer til gruppa.

reddbarnasogndal



7 likes

reddbarnasogndal Denne uken har Sogndal Camus sin egen forstyringsuke, der temaet er "barn og unge i utsatte livssituasjoner". I løpet av uken blir det arrangementer og ikke minst en utstilling som åpnes i dag 20. januar, utenfor biblioteket (4.etasje), på høyskolebygget. Utstillingen heter "hvis kler kunne fortelle- en dokumentasjon av vold og overgrep mot barn". Biblioteket vil også stille med litteratur knyttet til temaet denne uken. Selv om denne utstillingen kan være tøff for mange, håper vi at de fleste tar turen innom og ser.



21 likes

reddbarnasogndal Imorgen, 23.01, skal disse tre fra frivilligruppen ha et infomøte kl. 1700 på høyskolebygget i 2.etasje. De skal fortelle om arbeidet de gjør, hva som innebærer i det å være frivillig og de skal fortelle om kampanjen "Jeg er her". Håper det er mange som møter opp, og som vil være en del av vår flotte gjeng i Sogndal.



# Stand

**Mål: verve nye medlemmer og frivillige, øke kunnskap om Redd Barnas arbeid og materiell (kampanjer, skole etc.), få oppmerksomhet rundt en kampanje/budskap, samle innspill og underskrifter i kampanjer.**

Stand egner seg godt i kampanjer og er enkelt å gjennomføre. Det man ofte trenger er et bord, materiell, synlige effekter (roll-up eller plakater) og Redd Barna t-skjorte/fleece. Ta kontakt med regionkontoret dersom du trenger materiell eller andre effekter.

## Hvordan du kan gå fram:

- Finn et egnet sted og tidspunkt. Tenk på hvor det vil være mange mennesker. Eksempler på steder kan være kjøpesenter, i gågata, på biblioteket, på et arrangement (enten i regi av Redd Barna eller andre med et aktuelt tema).
- Husk å søke om stand-tillatelse om stedet krever det. Dersom du skal stå ute må du huske å kontakte kommunen eller parkvesenet der du bor. Dette krever ofte at man er ute i god tid. Se siste side for mer informasjon om slike tillatelser.
- Finn ut hvem og hvor mange dere er som kan være med. En stand krever ikke nødvendigvis mange personer for å gjennomføre. Noen som står på stand bør være åpne, inkluderende og like å snakke med forbipasserende mens andre kan ta på seg mer praktiske oppgaver som registrering, gi ut materiell osv.
- Synlighet er viktig, så heng gjerne opp materiell, plakater og logoer på bordet og rundt standen. Husk også å alltid ha på Redd Barna t-skjorte og/eller fleece. Kontakt regionkontoret dersom din gruppe mangler profileringstøy.
- Bruk gjerne sosiale medier: ta bilder før og under stand – lag story på Instagram, del bilder og innlegg på Instagram, Facebook etc. Del gjerne bildene med regionkontoret slik at de kan nå ut til enda flere.



### STAND

Vanskelighetsgrad: enkel

Anbefalt tidsperiode til planlegging: 1-2 uker

Minimum antall personer:



Redd Barna Alta hadde kampanjestand på det lokale kjøpesenteret med informasjonsmateriell og aktivitet.



Redd Barna Kristiansand hadde stand under markedsdagene i sentrum.



### Tips og triks:

- Dersom noen i din by arrangerer en temakveld eller universiteter/høyskoler har fagdager med et tema vi jobber med (f.eks. fagdag om vold og seksuelle overgrep) er dette en gylden anledning til å ha stand på arrangementet. Veldig mange synes det er flott at Redd Barna er tilstede med materiell, så her er det bare å ta kontakt med arrangør og spørre om man kan ha en stand.
- Vær blid og imøtekommen og ikke altfor pågående. Man kan gjerne stoppe forbipasserende på gata, men kjenn din besøkestid; er de ikke interessert, så la dem gå.
- By gjerne på kjeks/kaffe/boller/vafler eller annet som kan lokke forbipasserende til standen.
- Husk alltid å gi informasjon om hvor og hvordan man kan engasjere seg videre, som for eksempel som medlem eller frivillig! Kanskje lag en epostliste der folk kan skrive seg på om de ønsker å få tilsendt mer informasjon.



# Samle inn innspill/underskrifter

**Mål med underskrifter og innspill: Få folk til å støtte underskriftskampanjen og kravet. Øke kunnskapen om barns rettighetsbrudd og hvilke saker Redd Barna kjemper for. Gi folk muligheten til å være med og si ifra slik at barns rettigheter blir innfridd. Med innspill kan også folk, voksne og barn, få mulighet til å si sin mening om hva som bør bli bedre nasjonalt eller der de bor.**

## SAMLE INNSPILL/UNDERSKRIFTER

Vanskelighetsgrad: enkel-medium

Anbefalt tidsperiode til planlegging/gjennomføring: 2-5 uker

Minimum antall personer:



## Tips og triks

- Innspill og underskrifter kan samles ved å dele Redd Barnas opprop i sosiale medier. Se alle Redd Barnas opprop her: [reddbarna.no/oppnop](https://reddbarna.no/oppnop)
- På stand kan man ha postkort og underskriftslistor hvor folk kan signere, eller oppfordre til å gå inn på link til opprop på mobilen
- Oppfordre andre til å dele Redd Barnas opprop i sine sosiale medier og nettverk.
- Sett opp en forslagskasse på en skole/arbeidsplass/bibliotek eller lignende. Forslagskasse kan lages ved å lage en "postkasse" eller lignende med tydelig budskap, og legge postkort og penn ved siden av slik at folk kan skrive på postkortene og legge oppi forslagskassa. Legg også ved relevant materiell (f.eks. flyer som beskriver kampanjen) og gjerne en forklaring på hva man ønsker/hvorfor.
- Husk alltid å gi informasjon om hvor og hvordan man kan engasjere seg videre, som for eksempel som medlem eller frivillig!

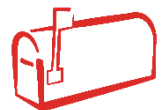


Kim Alexander har rigget opp stand på biblioteket i Re for å samle inn underskrifter.



## Ta med forslagskasse på skoler!

En aktivitet som egner seg godt er å lage en stor forslagskasse og samle inn innspill fra barn og unge. Dette kan gjøres i de ulike kampanjene. Her har vi skrevet litt om hvordan du kan gjøre:



- Kontakt skoler i din by (barneskoler, ungdomsskoler, videregående skoler)
- Ta med forslagskassen og postkort/lapper.
- Fortell om kampanjen til lærerne og be om at hver lærer poster minst ett forslag hver i forslagskassen i løpet av tiden den står på lærerværelset. Den kan for eksempel stå en uke på lærerværelset slik at alle lærere får muligheten til å delta og få god kjennskap til kampanjen og mål med innspill. Husk å legge ved tydelig informasjonsskriv om kampanjen og hvorfor vi samler innspill. Dette kan regionkontoret hjelpe med.



- Be lærerne ta opp temaet og forklare kampanjen i sine klasser. Kanskje de vil legge opp til en time hvor de snakker om barns rett til lek og fritid og diskutere barrierer?
- Be skolen sørge for at forslagskassa blir satt ut i et fellesområde (kantine, gymsal, korridor etc.) slik at elevene kan poste sine innspill der. Fint om den står tilgjengelig for elevene i en uke.

Redd Barna Skien lagde forslagskasse av rød avfallsdunk for farlig avfall som de tok med til ulike skoler og arrangementer i Skien for å samle inn barn og unges innspill om hvordan alle kan få delta i fritidsaktiviteter.



På Stigeråsen skole i Skien gikk forslagskassa på rundgang i klassene i en uke hvor elevene skrev sine innspill om hva de mente var nødvendig og ønskelig for at Skien skal bli en inkluderende by for alle barn. Skolen benyttet anledningen til å ha «Alle barn og unge har rett til lek og fritid» som tema i klassene.

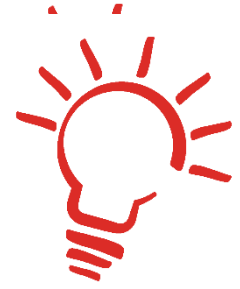
Forslagene ble overlevert til ordfører og bystyret i Skien av Redd Barna Skien sammen med flere av ungdommene (se «Få saken opp på kommunestyremøte» på side 18).



# Stunt/aksjon

**Mål: å skape oppmerksomhet rundt et budskap eller en sak, få oppmerksomhet rundt en kampanje/budskap, samle innspill og underskrifter i kampanjer, verve nye medlemmer og frivillige**

Et stunt er en aktivitet som ved hjelp av rekvisitter/materiell formidler et budskap på en visuell måte som gjør at forbipasserende blir nysgjerrige og ønsker å vite mer. Et stunt har ofte en regi ved at man gjennomfører en hendelse eller situasjon som visualiserer et budskap.



## Retten til lek og fritid, og familiefattigdom – eksempel:

Et eksempel kan være at man visualiserer hvordan mangel på penger fungerer som en barriere for at barn får delta på aktiviteter og dermed kan føle seg ekskludert. Noen kan spille en person som tar imot penger for å slippe de andre inn i et designert område hvor de da f.eks. spiller med ball, mens kanskje et eller to «barn» blir stengt ute fordi de ikke har penger til å komme inn. En del av stuntet kan også vise en løsning ved at personen som først tok imot penger, ikke lenger tar imot, men oppmuntrer barna til å være med å leke.

Et stunt kan på denne måten fungere som en icebreaker/samtalestarter ved at forbipasserende stopper opp og blir nysgjerrig. Dette gjør det lettere å komme i kontakt med de forbipasserende og muliggjør formidling av informasjon og kan samtidig gi handlingsalternativ ved at de blir bedt om, i dette tilfellet, å dele sine innspill til hvordan alle barn kan få være med på aktiviteter. I tillegg kan media være interessert i å dekke dette, da det synliggjør et tema på en litt utradisjonell og ny måte, og kan gi rom for gode bilder eller innhold.

Et stunt og en aksjon kan være det samme, og et stunt kan også være en del av en større aksjon. Et stunt og aksjon synliggjør og tydeliggjør et budskap, og tilbyr ofte handlingsalternativer. En aksjon kan også handle om å samle så mange mennesker som mulig, og å holde en appell.

## Hvordan du kan gå fram:

- Finn et egnet sted og tidspunkt. Tenk på hvor og når det vil være mange mennesker på stedet.
- Husk å søke om stand-tillatelse om stedet krever det (se s. 42). NB! Vær ute i god tid.
- Finn ut hvor mange dere er som kan være med. Et stunt eller en aksjon krever ikke nødvendigvis mange personer for å gjennomføres, men det er greit at så mange som mulig har hørt om aksjonen før den skal skje slik at flest mulig kan dukke opp og støtte den. Bruk gjerne sosiale medier, aviser, radio ol.
- Finn frem egnet materiell og planlegg hvordan det best kan brukes ut ifra hvor mange dere er og hvor dere velger å gjennomføre stuntet/aksjonen. Husk å gjerne ha Redd Barna klær på eller bånd/vest/refleks etc. som viser tydelig hvem dere representerer.
- Om dere gjennomfører et stunt, gjennomfør det gjerne flere ganger slik at nye forbipasserende får med seg det som skjer.
- Husk alltid å gi informasjon om hvor og hvordan man kan engasjere seg videre, som for eksempel medlem eller frivillig.

**STUNT/AKSJON**

Vanskelighetsgrad: medium

Anbefalt tidsperiode til planlegging: 2-3 uker

Minimum antall personer:

Press Kristiansand gjennomførte en aksjon med fokus på forebygging av vold og seksuelle overgrep mot barn. De stilte seg opp i gågata med et stort banner med slagord for å synliggjøre budskapet. Både Press og ulike lokalpolitikere holdt appeller, og hele aksjonen ble dokumentert i sosiale medier.



Redd Barna Barna Skien kontaktet det lokale busselskapet med Redd Barnas ønskemateriell for å bekjempe seksuelle overgrep, og de resulterte i at alle bussene i Skien kjørte rundt med snakkeboblene med barn og unges ønsker i en kampanjeuke.



Redd Barna Kristiansand hadde aksjonsstand i gågata 16. mai hvor de samlet underskrifter og delte ut informasjon om underskriftskampanjen "Oljefondet ut av våpenindustrien". Å ha med norske flagg og andre ting forbundet med 17. mai skapte nysgjerrighet hos forbigående som kom bort til standen.



# Markering



**Mål: få oppmerksomhet rundt en kampanje/budskap, å mobilisere rundt et budskap eller en sak, påvirke beslutningstakere**

En markering er en aktivitet som setter fokus på en spesiell sak eller budskap, som skaper synlighet gjennom å mobilisere store mengder mennesker. En markering har gjerne et budskap, noen som holder appell (talspersoner) og kanskje noe underholdning, hvor alt skjer på ett sted eller i en bevegelse (for eksempel fakkeltog). Ved å fysisk samle mange mennesker rundt en sak har vi muligheten til å vise støtte og oppfordre beslutningstakere til å skape endring der vi mener det er best for barn og deres rettigheter.

## Hvordan du kan gå fram:

- Utarbeid et budskap som kan mobilisere. Utnytt gjerne aktuelle saker som er gjeldende i media, merkedager, og vurder eventuelle samarbeidspartnere.
- Finn et egnet sted og tidspunkt. Tenk da på hvor det vil være mange mennesker og at stedet er tilgjengelig for alle.
- Finn ut hvor mange frivillige som må være med for å få til en fin og trygg markering.
- Husk å søke om tillatelse om stedet krever det. Dette krever at man er ute i god tid. Mange kommuner har egne sider for å søke om tillatelse.
- Lag en risikovurdering som omhandler *forebyggende tiltak* som for eksempel noen vakter som skal være synlig under markeringen, behov for førstehjelpskrin, hvor det befinner seg og så videre. Risikovurderingen kan også omhandle *straktiltak* som hvordan å håndtere ulike situasjoner som kan oppstå.
- Praktiske hensyn må også tenkes gjennom. Er det behov for strøm, scene, lyd? Er det behov for vakter eller kontaktpersoner under selve markeringen?
- Tenk på hva dere ønsker av innhold under markeringen. Inviter aktuelle støttespillere til å holde appell og/eller noen til å underholde. Underholdningen kan være så enkelt som en sang.
- Ønsker andre organisasjoner å stille seg bak et opprop eller selve markeringen? Ta kontakt!
- Koble media på markeringen for å nå ut med budskapet. Det kan være lokalavis, radio eller andre.
- Mobiliser til deltagelse gjennom å opprette et arrangement på sosiale medier, få ut invitasjoner for å nå ut til så mange som mulig. Jo flere man er, jo sterkere kommer budskapet frem.
- Gi mulighet til å engasjere seg videre, for eksempel oppfordre til å bli medlem, frivillig, følg din gruppe i sosiale medier osv.

**MARKERING**

Vanskelighetsgrad: krevende

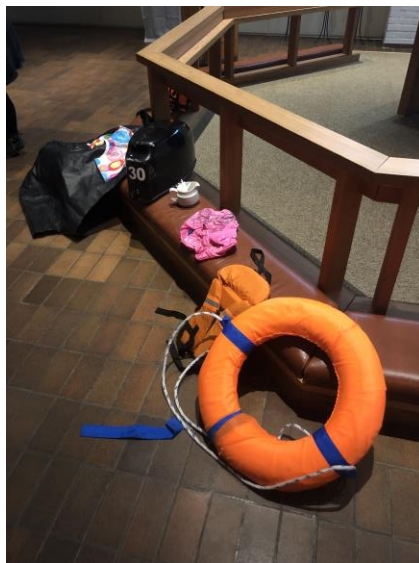
Anbefalt tidsperiode til planlegging: 1-3 uker

Minimum antall personer:





Redd Barna Drammen arrangerte en markering i Fjell kirke for mennesker på flukt som er fanget i leirer i Sør-Europa. Arrangementet var et samarbeid med flere andre organisasjoner.



### Eksempel på markering:

I Trondheim arrangerte frivillige og ansatte en markering til støtte for barn av foreldre med antatt IS bakgrunn internert i leirer nord i Syria. Regionkontoret, Leder i PRESS, påtroppende varaordførere i Trondheim og biskopen holdt appeller sammen med et musikalsk innslag. Over 70 personer møtte opp under budskapet #HentBarnaVåreHjemNå om at Norge måtte hente hjem barna sammen med sine mødre. På forhånd gjorde man innsalg til medier, og markeringen ble dekket av lokalavisen.

Redd Barna i Trondheim under markeringen der man løftet Redd Barnas krav til norske myndigheter om å hente hjem de norske barna av foreldre med antatt IS bakgrunn til Norge sammen med sine mødre.



# Politisk påvirkning

De som har makt og myndighet har også plikter. Politikere plikter å innfri barns rettigheter. Mange politiske saker fattes på kommune- og fylkestingsnivå. Gjennom lokalpolitisk påvirkningsarbeid kan du sørge for varige strukturelle endringer som sikrer at barns rettigheter blir innfridd i framtiden. På denne måten kan du skape et bedre liv for tusenvis av barn!

## Påvirke politikere



**Politisk påvirkning handler om å påvirke politikere og andre beslutningstakere ved å snakke med dem om saken man jobber med, foreslå hva de burde gjøre, og gi dem kunnskapen og argumentene de trenger for å skape endringene du ønsker.**

Du kan jobbe med politisk påvirkningsarbeid over hele landet.

Vi vinner mye på å engasjere og lære opp politikere i saker Redd Barna er opptatt av, fordi politikerne kan vedta endringer lokalt i kommunen, i tillegg til at de kan påvirke politikken til sitt eget parti på fylkesårsmøter og landsmøter.

Lokalpolitikere er også opptatt av å lytte til egen lokalbefolkning. Det er derfor større sjans for at du/dere vinner frem lokalt, enn en generell nasjonal kampanje.

Hvordan du kan gå fram:

- Velg en kampanje som du vil jobbe med. Aktuelle kampanjer finner du på [www.reddbarna.no/for-frivillige/aktuelle-kampanjer-og-ressurser/](http://www.reddbarna.no/for-frivillige/aktuelle-kampanjer-og-ressurser/)
- [Les Redd Barnas barnepolitiske plattform](#) og se hva vi mener om saken, les på nettsidene våre og orienter deg i det lokale politiske landskapet. Du finner alle oppropene til Redd Barna på [reddbarna.no/opprop](http://reddbarna.no/opprop)
- Bli faglig trygg på saken du skal jobbe med. Arranger gjerne skoleringskvelder for de frivillige i gruppen før dere begynner å jobbe utadrettet med saken. Spør gjerne regionkontoret om hjelp!
- Gjør deg godt kjent med kommunen/fylket og se hvilke lignende saker de har hatt oppe til behandling tidligere. Alle saker og protokoller ligger på kommunens eller fylkets nettside, og det kan ofte ta litt tid å sette seg inn i den. En annen mulighet er å spørre en aktuell rådgiver i kommunen om status på en sak.
- Få oversikt over hva de ulike politikerne mener om saken, hvilke partier som er i posisjon og opposisjon, og hvilke partier som eventuelt kan vippe flertallet i kommunestyret. Et tips kan være å ta en titt på

### PÅVIRKNINGSARBEID

Vanskelighetsgrad: medium-krevende

Anbefalt tidsperiode: 3 uker +  
(politisk påvirkningsarbeid skal gjerne være langsiktig arbeid)

Minimum antall personer:



Redd Barna Fredrikstad sendte krav til ordføreren om handlingsplan i kommunen for å beskytte barn mot seksuelle overgrep.



partiprogrammet til de ulike partiene. Det kan også være lurt å gjøre seg kjent med hva ungdomspartiene mener om saken – få dem med på laget hvis mulig! Sjekk også om Press har jobbet med lignende saker før, og hvem de eventuelt har vært i kontakt med.

- Finn politikerne/partiene som er mest hensiktsmessig å påvirke. Prøv å finn ut hvilke politikere som har jobbet med saken tidligere, det sier gjerne noe om hvem som har interesse for saken. Sjansen for gjennomslag øker proporsjonalt med engasjement for saken, og vedkommende vil også med større sannsynlighet prøve å overbevise andre i partiet sitt og resten av kommunestyret/fylkeetinget.
- Send en forespørsel om møte på epost og henvend deg gjerne også til politikernes rådgivere i de tilfeller de har det. Forklar hvem du er og at du er fra Redd Barna, presenter saken du vil prate om og hvorfor denne saken er så viktig. Husk at e-posten ikke trenger å være så lang. Politikere har ofte mye å gjøre, så det er lurt å fatte seg i korthet og være tydelig i budskapet. Dersom du ikke får svar på eposten innen en uke kan du ringe eller sende en vennlig påminnelse.
- Bestem deg for hva du vil oppnå med møtet. Er målet å få fram Redd Barnas syn og argumenter i en sak som skal behandles i kommunestyret? Spre kunnskap og skape politisk engasjement for saken din? Eller å få politikerne til å foreslå konkrete tiltak i kommunestyret?
- De ulike partiene har ulike verdier og hensyn de ofte ønsker å prioritere. Tilpass argumentene dine til de ulike partiene.
- Øv på å argumentere for saken din og å svare på motargumenter. Det kan være både morsomt og nyttig å øve gjennom rollespill med andre frivillige, hvor dere bytter på å argumentere for og mot.
- På møtet: skap en hyggelig stemning, vær tydelig, fokuser på løsningene og vis at du har tro på at de du møter kan skape politisk endring. Gi politikerne et oppsummerende dokument når dere møtes. Dette kan du også sende dem på e-post før eller etter møtet. Dokumentet burde være kortfattet og inneholde følgende:
  - Konkrete forslag til hva dere mener politikerne kan gjøre, og hvilke tiltak som burde iverksettes.
  - Argumenter for tiltakene, og gjerne også svar på de vanligste motargumentene.
  - Tall og fakta som bygger opp under argumentene og synliggjør behovet for politisk endring. Ikke bruk for vanskelige ord eller fagspesifikke uttrykk, politikere er ikke supermennesker som vet alt om alt. Husk kildehenvisning!
- Hvor? Ordførere og politikere vil ofte ønske deg velkommen til kontoret sitt, men det er også mulig å utfordre politikere på andre steder. Dersom gruppen din tenker å arrangere en temakveld kan man

Redd Barna Sauherad overleverte kommuneundersøkelsen til ordfører i Sauherad, Bø og Midt-Telemark under aksjonsdagen for retten til lek og fritid.



Redd Barna Refstad møtte lokalpolitikere i Oslo og overleverte #BarndomBetyrAlt boken. Redd Barna Refstad fikk fortalt mye om hvordan de ser at situasjonen for barn som flykter til Norge er, og politikerne satte stor pris på å få økt kunnskap om tema.





invitere politikere som man ønsker å påvirke til arrangementet. Da vil man både kunne øke politikernes kunnskap om et tema og samtidig kreve politisk handling.

- Følg opp saken videre, og bruk gjerne andre verktøy som media, arrangementer, debatter og underskriftskampanjer for å skape folkelig engasjement og legge press på politikerne.

### Tips og triks

- Det er særlig viktig å påvirke partiene som kan vippe flertallet i kommunestyret. Det er også lurt å snakke med partiene som med stor sannsynlighet er enige med Redd Barna, fordi vi kan få dem til å legge fram våre forslag i et kommunestyremøte og/eller på partiens årsmøter.
- Dersom tiltakene du ønsker vedtatt koster penger er det lurt å jobbe opp mot de årlige budsjettforhandlingene. Vær i så fall ute i god tid. Partiene starter ofte arbeidet med neste års budsjett like etter at det forrige budsjettet ble vedtatt.
- Dere kan også jobbe for at kommunen skal vedta intensjoner om å gjøre noe eller at kommunen skal utrede tiltak. Dette kan være en viktig første seier som gjør det lettere å få gjennomslag ved neste års budsjettforhandlinger. For å sikre reell politisk endring etter et slikt vedtak er det viktig å holde trykket på saken oppe, og sørge for at politikerne ikke glemmer det de har lovet.
- Politikerne er ikke de eneste som kan være viktige å påvirke i en kommune. Det kan være vel så viktig å vise fram de gode løsningene for de ansatte i kommunen som jobber med å sette politiske vedtak ut i live.

Redd Barna Averøy er her sammen med ordfører i Averøy kommune, Ingrid Ovidie Rangønes (i midten). Et møte som resulterte i at Averøy kommune gjennomførte fagdager for kommuneansatte i forebygging og avdekking av seksuelle overgrep mot barn.



Redd Barna er blitt invitert til å gi innspill til oppdatering av Stord kommunes handlingsplan etter at Redd Barna Stord har satt tema på dagsorden over lang tid.



**Husk at Redd Barna aldri engasjerer seg i enkeltpersoners saker, men kjemper for politiske endringer som skal gi alle barn et bedre liv.** Husk også at alt du kan mene på vegne av Redd Barna må være forankret i Redd Barnas barnepolitiske plattform og eventuelle kampanjebudskap, men selvfølgelig tilpasset situasjonen i din kommune.

Hold regionkontoret orientert, slik at de vet hvem som gjør hva inn mot lokale myndigheter.



Redd Barna Sogndal overrekker lek og fritid - kommuneundersøkelsen til ordføreren.



Redd Barna Sykkylven møtte ordføreren og lederen for frivillighetsentralen for å overrekke kommuneundersøkelsen og et brev med oppfordring om å sikre at barn og unge med nedsatt funksjonsevne får bedre tilgang på fritidsaktiviteter i kommunen.



Redd Barna Bergen hadde et fint møte med byråd for barnehage, skole og idrett, Linn Kristin Langley Engø, der de utfordret henne på hvordan Bergen kan bli bedre på å inkludere alle barn og unge i fritidssektoren.



## Få saken opp på kommunestyremøte



Å få en sak opp på kommunestyremøte kan være et bra mål hvis man driver med lokalpolitisk påvirkningsarbeid. Dette kan man få til på flere vis:

- Få politikere til å fremme saken selv - enten som et privat forslag eller en såkalt interpellasjon - gjennom å ta kontakt slik som er beskrevet under «påvirkningsarbeid». En sak som blir tatt opp i kommunestyret på denne måten må ha et «forslag til vedtak». Tilby deg å være rådgiver, husk du er ekspert (!), men la politikeren «ta æren» for saken selv, og gi ros og råd underveis.
- Innbyggerinitiativ eller innbyggerforslag: Kommunestyret eller fylkestinget plikter selv å ta stilling til et forslag som gjelder kommunens eller fylkeskommunens virksomhet, dersom minst 2 prosent av innbyggerne, alternativt 300 i kommunen eller 500 i fylket, står bak forslaget. En måte å gjøre dette på er å lage en lokal underskriftskampanje på <https://minsak.no/>. Deretter kan du spre din sak og samle inn underskrifter. Får du tilstrekkelig antall underskrifter fra personer som er folkeregistrert i kommunen/fylket, så må saken tas opp på kommunestyre-/fylkestingsmøtet.

### FÅ SAKEN OPP PÅ KOMMUNESTYREMØTE

Vanskelighetsgrad: medium

Anbefalt tidsperiode: 3 uker +

Minimum antall personer:



- Spørretime: Mange kommuner har en spørretime, for eksempel før kommunestyremøtet, hvor alle som ønsker kan stille spørsmål. Her kan du løfte fram din sak og stille politikerne spørsmål. Det kan være at spørsmål må sendes inn på forhånd. Man må være bosatt i kommunen for å stille spørsmål.



Redd Barna Ålesund fikk sammen med Press Ålesund gjennomslag for at kommunen skal utarbeide handlingsplan mot seksuelle overgrep mot barn, ved at en lokalpolitiker tok opp saken på kommunestyremøtet og det ble vedtatt.



I Skien overrakk Redd Barna Skien sammen med elever fra Stigeråsen skole og Klyve skole innspillene fra Redd Barnas forslagskasse på et bystyremøte. Samtlige medlemmer i bystyret fikk hvert sitt eksemplar av Redd Barnas kommunerapport, og både elevene og Redd Barna Skien holdt appeller om retten til lek og fritid, og hva barn og unge ønsker seg i Skien.

I forkant hadde Redd Barna Skien kontaktet bystyret og spurt om de kunne få taletid og overlevere rapportene og innspillene.



# Åpent møte/debatt

**Mål: økt kunnskap om et tema, innhente innspill fra lokalbefolkningen og politisk påvirkning.**

Man kan skape oppmerksomhet rundt en sak og påvirke politikere ved å invitere til et åpent møte eller en debatt. Et åpent møte (kan også kalles for folkemøte) skal gjerne inneholde faglige innlegg for å øke kunnskapen om et valgt tema, åpen talerstol for de som er i salen og samtale med politikere eller andre med beslutningsmyndighet.

Et åpent møte skal ha som kjennetegn at det er lagt stor vekt på innspill og spørsmål fra salen (som gjerne representerer ulike interessegrupper), til forskjell fra en temakveld som i større grad er enveiskommunikasjon. Møtene skal være åpne for alle, men man bør spesielt invitere personer med viktig kompetanse og personer med beslutningsmyndighet.

Å arrangere åpne møter/folkemøter kan være en omfattende oppgave. En enklere variant er å arrangere en debatt med lokalpolitikere. Temaet i en debatt må også introduseres, men det er ikke nødvendigvis like mye vekt på å få innspill fra salen. Ordstyrer får i stedet en viktig oppgave i å stille de gode spørsmålene. Ikke nøl med å spørre noen andre i Redd Barna om å ta rollen som ordstyrer, f.eks. en ansatt i Redd Barna eller en representant i medlemsstyret i din region, hvis du ikke er komfortabel med å ta rollen selv.

Personlige fortellinger om et valgt tema kan ofte skape engasjement i salen i tillegg til å gi tematikken en viktig forankring. Dersom man arrangerer et åpent møte/debatt om forebyggende tiltak for å beskytte barn mot seksuelle overgrep, kan man skape en slik forankring ved å høre historien til en som selv har vært utsatt. En slik personlig historie kan også deles ved å vise en av de mange filmene som er laget der kjente personer forteller historier fra virkeligheten.

## Hvordan du kan gå fram:

- Hvilket tema ønsker vi å sette på dagsorden? Hva er målet med arrangementet? Det kan være lurt med et spisset tema, gjerne formulert som et spørsmål, for å unngå en altfor bred diskusjon.
- Hvem må bekrefte at de kommer? Politikere bør kontaktes god tid i forveien og man må regne med å bruke litt tid på å sette sammen et panel. Undersøk hvilke lokalpolitikere dere bør kontakte basert på hvilket tema dere har valgt. Personer som skal holde faglige innlegg (eventuelt også personlige historier) bør også kontaktes tidlig. Dersom det er et mål å hente innspill fra ulike interessegrupper (i et åpent møte/folkemøte) må man huske å sende personlige invitasjoner til ildsjelene/nøkkelpersonene i lokalsamfunnet. Tenk på hvordan du setter sammen panelet, både med hensyn til politisk ståsted, kjønn, alder og etnisitet.
- Hvor? Lokalet må være tilgjengelig og godt tilrettelagt, og bør bookes så tidlig som mulig. Kan man låne et lokale på rådhuset? Et kulturhus? En annen stor scene? Husk å sjekke tilgang til mikrofoner og høyttalere (PA-anlegg) og muligheter for servering.

### ÅPENT MØTE/DEBATT

Vanskelighetsgrad: krevende

Anbefalt tidsperiode til planlegging: 4-8 uker

Minimum antall personer:



Debatt med politikere i Trondheim



- Promotering! Lag et arrangement på Facebook og spre i relevante fora. Sjekk for eksempel om lokalavisen din tilbyr gratis annonsering for arrangementer. Heng gjerne opp plakater eller del ut flyers. Man kan vurdere å skrive et avisinnlegg om temaet i forkant av arrangementet hvor man samtidig oppfordrer folk til å delta på møtet/debatten eller gjøre innsalg til radioen og delta der i morgen- eller ettermiddagssendingen. Det er også mulig å invitere lokalavisen til å skrive en redaksjonell sak om møtet på forhånd, eller å komme på møtet for å rapportere om det.

- **Hvem gjør hva? En god oppgavefordeling er viktig:**

- Hvem er hovedansvarlig?  
Hovedansvarlig skal fordele ansvar og oppgaver, følge opp alle deltakere og deres oppgaver, og ha oversikt gjennom hele arbeidsperioden
- Hvem holder i kontakten med lokaleiere?
- Hvem holder de faglige innleggene (Redd Barna eller noen andre)? Hvem kontakter politikere osv.?
- Hvem har ansvar for servering (minimum kaffe/te)?
- Hvem ønsker velkommen/er ordstyrer?
- Hvem har ansvar for mikrofoner og tid på talerstolen?
- Skal noen stå på stand? Hvem har ansvar for å ta bilder og dele innhold i sosiale medier?
- Bør noen skrive referat fra møtet?

Redd Barna Blindern, Redd Barna Oslo og Press Oslo arrangerte debatt med lokalpolitikere i Oslo om hvordan barn og unges tilgang til fritidsaktiviteter kan bli bedre.

 reddbarnablindern  
Tøyen Torg



- Med åpen talerstol vil deltakere i salen få muligheten til komme opp til scenen og holde korte innlegg/stille spørsmål til politikere eller et panel. Det kan da være lurt å sette en tidsbegrensing, for eksempel 3 minutter taletid per person. Dersom det kun er lagt opp til debatt er det viktig med en ordstyrer som har brukt tid på å forberede spørsmål. Ordstyrer kan også bruke rollen til å kreve noen handlinger fra panelet, for eksempel at temaet løftes på neste kommunestyremøte? Jobb gjerne med å finne en ordstyrer som kan en del om temaet og som kan skape engasjement.
- Arrangementet kan rundes av med noen avsluttende kommentarer fra panelet.

Etter debatt i Trondheim ble politikerne utfordret på å skrive sine lovnader som ble rammet inn.





## Tips og triks

- Inviter de store stemmene for større oppslutning.
- Kontakt regionkontoret for tips om relevante faglige perspektiver/personer.
- Å arrangere folkemøter er mer tidskrevende enn for eksempel å kun arrangere en politisk debatt. Vurder nøye hvor mye tid gruppen har til rådighet.
- Streaming/Facebook LIVE gjør at man når ut til flere
- Det kan være at en god ordstyrer vil kreve et honorar
- Vær tidlig ute slik at du får de politikerne/innlederne du vil ha med

## Eksempel på debatt

Redd Barna Tromsø gjennomførte en paneldebatt om retten til lek og fritid før kommunevalget i 2019. Her samarbeidet de med regionkontoret og Norges Handikapforbund Nord-Norge. De inviterte alle 1. kandidatene til alle partiene i Tromsø i god tid før sommeren (husk at politikere er veldig villige til å stille opp, så lenge de har rom i kalenderen), de fleste partier endte opp med å sende 1. kandidaten sin til debatten. Gruppen leide inn profesjonell ordstyrer og filmteam for å streame debatten live på nettsiden til lokalavisen.



Redd Barna Tromsø arrangerte politisk debatt om «Retten til lek og fritid», med representanter fra 11 politiske partier, i samarbeid med Norges Handikapforbund Nord-Norge.

# Øk kunnskapen

Vi har tro på at kunnskap fører til handling. Ved å sette søkelyset på diskriminering og brudd på barns rettigheter håper vi å vekke kamplyst og handlekraft hos folk. Vi må fortelle historier om hvordan barn og unge har det. Når folk får kjent på kroppen hvordan barn har det, så håper vi at denne kunnskapen gir mot til å handle. Kunnskap endrer holdninger.

## Spre materiell og informasjon



**Mål: øke kunnskap om temaer Redd Barna jobber med, bygge opp kompetanse hos voksne som jobber med barn og hos foreldre, synlighet**

Å spre materiell og informasjon er mindre tidskrevende enn mange andre aktiviteter og kan gjennomføres av et enkeltmedlem så vel som en Redd Barna-gruppe. Ved å spre materiell og informasjon blir Redd Barna mer synlig i lokalsamfunnet i tillegg til at flere skoler, barnehager, idrettsklubber, foreldre osv. blir kjent med materialet vårt og tar det i bruk.

### Hvordan går du fram:

Det er flere måter å spre materiell og informasjon på. Mye kan gjøres helt enkelt fra PC-en:

- Du kan for eksempel finne e-postadresser til bibliotek, skoler, barnehager etc. i kommunen, og sende ut en mail hvor du informerer kort om Redd Barnas kampanje, tema vi jobber med eller en aktuell sak, og oppfordrer til å bestille materiell fra Redd Barnas nettsider.
- Du kan dele nyhetssaker med lenke til nettsidene våre med bestillingsskjema etc. i sosiale medier.
- Du kan stå på stand med materialet, for eksempel på et lærerstevne
- Du kan ta en ringerunde, for eksempel til skoler i nærmiljøet ditt, og høre om du kan komme innom i et friminutt for å snakke med lærerne om materialet og verktøyene som er utviklet for bruk i skolene.

### SPRE MATERIELL OG INFORMASJON

Vanskelighetsgrad: enkel

Anbefalt tid til planlegging: 1-3 uker

Minimum antall personer:



# Utstilling

**Mål: øke kunnskapen om ulike temaer Redd Barna jobber med, Redd Barnas arbeid og materiell, få oppmerksomhet rundt en kampanje/budskap, samle innspill og underskrifter i kampanjer**

Å lage en utstilling er en flott måte å fortelle om Redd Barnas budskap og kampanjer, og øke kunnskapen om temaene vi jobber med. En utstilling kan også bidra til å samle inn innspill og underskrifter til kampanjer der vi vil ha folk med på laget for å få til endring. Det å lage eller organisere en utstilling kan gjøres på mange ulike måter og i ulik skala. Her er det bare å ta fantasien i bruk. En utstilling kan også tilknyttes et arrangement, for eksempel åpning av en temakveld eller et arrangement på biblioteket.

## UTSTILLING

Vanskelighetsgrad: medium

Anbefalt tid til planlegging: 2-4 uker

Minimum antall personer:



Redd Barna Bergen har satt opp Lek og fritid - utstilling på biblioteket med barn og unges innspill på postkort. I utstillingen oppfordres alle som besøker den å skrive sine innspill på postkort.



Redd Barna Stjørdal tok kontakt med sitt lokale bibliotek og fikk dem til å lage en bokutstilling med Redd Barnas materiell om vold og overgrep, og aktuelle bøker.



Redd Barna utstilling på Vågsbygd bibliotek i Kristiansand.





# Temamøte

**Mål: Økt kunnskap om et tema, skape oppmerksomhet, eller øke kunnskapsnivået i lokalmiljøet. Temakvelder er også en god måte å knytte kontakter på.**



Det er mange som vil lære mer om temaene Redd Barna jobber med. På et temamøte kan man invitere fagfolk til å holde en innledning om temaer knyttet til Redd Barnas kampanjer, eller som er relevant for Redd Barnas arbeid i Norge eller utlandet. Som en del av temamøtet kan man gjerne ha en samtale eller workshop etter fagpersonen eller fagpersonenes innledninger/foredrag. Dette er engasjerende for deltagerne, og dessuten lærerikt og sosialt. Eksempler på temamøter: barnerettighetsfrokost, temakveld, fagseminar, faglunsj, storforeldremøte.

## Hvordan du kan gå fram:

- Velg et tema knyttet til Redd Barnas kampanjer eller arbeid, gjerne noe som er aktuelt. Det kan være smart å starte med et litt bredt tema, så kan dere avtale vinkling mer spesifikt med foredragsholdere. Tenk på målgruppen når dere velger tema og foredragsholdere. Prøv å legge nivået et sted som passer for deltagerne.
- Hovedregelen når man skal arrangere noe er å begynne planleggingen tidlig. Ha et lokale minst en måned i forveien og ha konkrete avtaler med foredragsholdere og andre bidragsytere så tidlig som mulig og følg dem opp tett. Minn dem på arrangementet ei uke i forveien. Når du bestemmer dato og tidspunkt for temamøtet er det lurt å reflektere over når det vil passe for målgruppen.
- Den beste måten å kontakte aktuelle folk på er som regel å sende e-post. Det lønner seg å sende e-posten til en person heller enn en generell e-post av typen post@organisasjon.no. Får dere ikke svar på e-posten kan dere godt ringe. Da kan dere henvise til e-posten dere har sendt.
- Det er en god idé å starte temakvelden med et eget innlegg fra dere om hva Redd Barna er og står for, og hva Redd Barna mener om temaet og/eller hvordan vi arbeider på dette feltet. Husk å også tenke på rekruttering av nye medlemmer til gruppen! Et temamøte kan være en fin rekrutteringsarena. Det er lurt å også forberede noen spørsmål til foredragsholderne som dere kan stille under temamøtet.
- For å engasjere og inkludere deltagerne kan det være lurt å ha en samtale, workshop eller liknende på slutten av møtet, eller iallfall legge inn tid til spørsmål fra publikum.
- Det er viktig å starte tidlig med å promotere temamøtet. Lag event på Facebook, invitasjoner, gjerne plakater og flyers, bruk sosiale medier og snakk med folk. Er det noen dere spesielt

### TEMAMØTE

Vanskelighetsgrad: krevende

Anbefalt tid til planlegging: 4 uker +

Minimum antall personer:



Temamøte om vold og overgrep, i regi av Redd Barna Arendal.



Redd Barna Sykkylven arrangerte temakveld om forebygging og avdekking av seksuelle overgrep mot barn på fritidsarenaer.





ønsker å invitere? Kan det være smart å be nøkkelpersoner om hjelp til å spre invitasjonen/dele event på sosiale medier? Dersom dere går sammen med andre organisasjoner, legg dem til som medarrangør på Facebook-eventet. Da kommer den opp på deres FB-side og når ut til deres følgere. Ta kontakt med avis, radio eller andre medier for å promotere arrangementet. Kanskje kan dere skrive et leserinnlegg om tematikken som kan komme på trykk før arrangementet hvor dere kan få med informasjon om møtet.

- Vær tydelig i ansvarsfordelingen innad i gruppen:
  - Hvem kontakter innledere og foredragsholdere og følger opp dette?
  - Hvem ønsker velkommen og holder i tidsplanen for kvelden?
  - Hvem skaffer lokale, sørger for at det både er lett fremkommelig, tilrettelagt for personer med nedsatt funksjonsevne, og at alt av nødvendig utsyr er på plass?
  - Hvem sørger for bevertning?
  - Hvem promoterer temakvelden?
- Lag en realistisk tidsplan for planlegging av temakvelden
- Sett opp en tidsplan/kjøreplan for temakvelden

Temakveld i Kristiansand om deling av nakenbilder blant barn og unge.



Storforeldremøte i regi av Redd Barna Mandal



Redd Barna Blindern arrangerte temakveld om barnesoldater og rettighetssituasjonen i Myanmar sammen med Røde Kors Oslo og Amnesty sin studentgruppe på Blindern. Temakvelden var en del av Stopp krig mot barnkampanjen.



Redd Barna Blindern shared an event.

October 16, 2018 · 🌐

Ikke glem arrangementet i kveld i samarbeid med Amnesty International! Et spennende og viktig tema som må belyses og snakkes om.

Vi ses der!

<https://www.facebook.com/events/546800792409639/>



TUE, OCT 16, 2018

Child soldiers and human rights in Myanmar

Det samfunnsvitenskapelige fakultet - Universitetet i Osl...

★ Interested

## Eksempel fra Redd Barna Trondheim - Temakveld

Redd Barna Trondheim arrangerte temakveld om *Vold og seksuelle overgrep mot barn, hvordan forebygge og hvordan hjelpe?* Leder i Redd Barna Trondheim forteller følgende om planleggingen av temakvelden:

1. **Vi startet tidlig!** Dette var en av de viktigste punktene for at det ble en vellykket temakveld. Planleggingen startet opptil 1-2 mnd. før selve arrangementet.
2. **Idemyldring.** Her fikk alle i gruppa mulighet til å dele ideer og man kan gjorde hverandre sterke ved å kombinere ulike forslag. Målet var å sette et tema for selve arrangementet. Å formulere et konkret tema er det beste, men meningen var først og fremst å sette hovedtema. Dette var avgjørende for neste steg i planleggingen.
3. **Foredragsholdere/underholdning.** Når temaet for kvelden var fastsatt ble arbeidet med å finne aktuelle foredragsholdere enklere. Her tenkte vi på hvilke foredragsholdere som kunne representere temaet på en god måte, og at dersom personene var litt kjente og dermed vil vekke interesse, var dette et stort pluss. Deretter delegerte vi oppgavene slik at medlemmene tok ansvar for å kontakte ulike potensielle foredragsholdere. Vi satte også en frist for å ha skaffet foredragsholderne.
4. **Hvem er målgruppen?** Det er viktig å bestemme seg for hvem man vil nå ut til, hvem skal inviteres til temakvelden. Eks. studenter, lærere, barnehageansatte, alle osv.?

Når foredragsholdere var skaffet og målgruppen bestemt måtte et **eksakt tema** for kvelden fastsettes. Dette benyttet vi i promoteringen.

Før promoteringen kunne settes i gang måtte **tidspunktet for temakvelden** fastsettes, både tidspunkt for start og slutt. Det var viktig at temamøtet ikke ble altfor langt, og vi la også inn små pauser. Vi laget en tidsplan allerede her, både for å vite hvor lenge hver av foredragsholderne skulle snakke, men også for å vite hvor lenge man kom til å holde på, sånn ca.

5. **Den viktigste delen, promotering!** Denne delen var vi bevisst på at vi ikke måtte starte med for sent. Vi har sett stor forskjell på hva tidlig og sen promotering kan utgjøre i forhold til antall fremmøtte. Vi benyttet sosiale medier, men hengte også opp plakater på ulike plasser hvor målgruppene holdt til. På Facebook benyttet vi betalte adds for å nå ut til flere. Vi begynte med dette i slutten av oktober, og møtet skulle være 19. november. Vi hadde også publisert en dato for billettslipp (det var mange interesserte). Alle 100 billettene ble revet bort på under 30 min.

## Tips og triks fra oss i Redd Barna Trondheim

- Det vil alltid være vanskelig å vite hvor mange som kommer på arrangementet. Et tips kan derfor være å lage en slags påmelding. Her kan Facebook være litt misvisende da de fleste trykker på "interessert", uten å faktisk dukke opp. Lag derfor en egen påmelding, eks. i Google Forms (dette kan regionkontoret hjelpe til med). Dette gir en pekepinn på hvor mange som tenker å komme. Dersom ingen er påmeldt kan man da vurdere å avlyse. Da slipper man å stå klar uten at noen dukker opp. Å vite hvor mange som tenker å komme er også fint ift. hvor mange stoler man skal sette frem osv.
- Sett gjerne frem enkel snack og forfriskninger, kaffe, te osv. En fin takk til foredragsholderne er også å kjøpe blomster. Ofte tar foredragsholderne seg ikke betalt, men dette kan selvfølgelig variere.
- Og siste tips, **DELEGER!** Når man arrangerer en temakveld er det mye som må gjøres og det må hele tiden holdes oversikt over prosessen. At oppgavene delegeres mellom alle medlemmene i gruppa er derfor avgjørende for at alt skal bli gjort.

## Lokalt arrangement



**Mål: å lage et arrangement for folk i lokalsamfunnet, få frem et budskap eller informasjon, eventuelt kombinert med innsamling.**

Åpne arrangementer som familiedager, konsert, festival, cup, løp, markeder og basar gir gode muligheter for å nå ut med informasjon til et bredt publikum - samtidig som man har det gøy. Arrangementet i seg selv kan ha stor verdi ved å skape en lokal møteplass, synlighet for Redd Barna og inneholde aktiviteter for barn. Slike arrangementer kan også brukes for å få frem viktig budskap og mobilisering rundt Redd Barnas kampanjer. Det er da viktig å tenke ut gode metoder for å nå frem med budskapet og å gjøre kampanjeaktiviteten til en integrert del av arrangementet for øvrig.

Redd Barna Refstad mottaksgruppe hadde aktiviteter på festivalen «Vårt nabolag» på Refstad asylmottak i Oslo.



### LOKALT ARRANGEMENT

Vanskelighetsgrad: krevende

Anbefalt tid til planlegging: 4 uker +

Minimum antall personer:



### Hvordan du kan gå fram

Store, åpne arrangementer kan kreve mye planlegging, så her er det viktig å starte god tid i forveien.

- Når? Undersøk først hva som skjer av andre arrangementer i tiden fremover. Dersom man ønsker et eget Redd Barna-arrangement bør man ikke legge det til datoer hvor det er andre lignende arrangementer, for å unngå konkurranse om besøkende. Man kan også velge å koble seg på andre større arrangementer. I stedet for å lage en festival på egenhånd kan man heller delta med en aktivitet på en etablert festival. Å samarbeide med andre kan være like effektivt som å gjøre alt på egenhånd og er tidsbesparende.
- Man trenger tillatelser for større arrangementer (se s.42 for informasjon). Undersøk tidlig hvem man må kontakte og hva som er nødvendig av tillatelser.
- Hvor? Det er et pluss hvis man kan legge arrangementet til et sted som er lett tilgjengelig og godt kjent blant folk i målgruppen. Husk at det også skal være tilgjengelig for mennesker med funksjonsnedsettelse.
- Promotering! Sett i gang med promotering og eventuelt mediearbeid god tid i forveien. For å få pressedeckning som kan trekke folk til arrangementet, er det lurt å fokusere på budskapet/saken og ikke bare selve arrangementet. For eksempel at man ønsker å skape oppmerksomhet rundt



nedleggelse av ungdomsklubber i lokalmiljøet ved å arrangere en ungdomskonsert med appeller. Saken får lettere mediedekning enn kun selve arrangementet.

- Hvem gjør hva? God oppgavefordeling er viktig og helt avgjørende ved større arrangementer:
  - Hvem er hovedansvarlig? Hovedansvarlig skal fordele ansvar og oppgaver, følge opp alle deltakere og deres oppgaver, og ha oversikt gjennom hele arbeidsperioden
  - Hvem har ansvar for program/lokalet/artister/teknisk utstyr/stand med materiell som kan deles ut osv.? Oppgaver vil variere etter type arrangement, men det vil alltid være mange praktiske oppgaver som det er viktig å identifisere og fordele på forhånd.
  - Hvem har ansvar for mobilisering (i sosiale medier, plakater, flyers, eventuelt også pressedekning)?
  - Hvem har ansvar for økonomi? Ved større arrangementer er det ekstra viktig å ha kontroll på økonomien ettersom de kan innebære mange og større utgifter.

## Gjennomføring

- Vær nok frivillige til stede. På større og åpne arrangementer vil det ofte dukke opp uforutsette hendelser.
- Sørg for at Redd Barna er synlige – gjennom banner, flagg, plakater, ballonger, hand-outs osv. Kontakt regionkontoret god tid i forkant av arrangementet dersom dere mangler noe.
- Åpne arrangementer som familiedager, konserter, festivaler, cup, løp, markeder og basarer kan med litt tilpasning fungere godt som kampanjeaktiviteter. Her er eksempler:
  - På en familiedag kan man ha et fokus på å hente inn innspill fra barn og foreldre om hva som bør gjøres i kommunen for å sikre at barn inkluderes på fritidsaktiviteter.
  - Inviterer ordføreren til en Redd Barna-cup, og ha en samtale om barns rett til lek og fritid på scenen/i media.
  - Kombinerer en konsert/festival med appeller om et tema på scenen og stand med f.eks. en underskriftskampanje.



## Tips og triks

- Legg arrangementet til sentrale datoer, for eksempel Barnekonvensjonens bursdag (dette kan gi bedre sjanse for oppmerksomhet i media)
- Sett av tid til å planlegge en god stand med budskapet/informasjonen dere ønsker å formidle
- Familiedager, festivaler, løp osv. er sosiale medier-vennlig. Ha en SoMe-ansvarlig som kan dekke arrangementet i sosiale medier!

Redd Barna Molde arrangerte konsert og kakesalg på Rådhusplassen der folk kunne engasjere seg i Lek og fritid - kampanjen og bli med som frivillig.





Kulturkveld i Ålesund for både voksne og barn, med Redd Barna budskap, barnekor, tryllekunstner og mye mer, og fullsatt sal.



Julemesser er en fin anledning til å løfte frem kampanjebudskap og samle underskrifter blant besøkende. Her fra julemessene til Redd Barna Fredrikstad og Redd Barna Stavanger.



## Arrangementer med barn som målgruppe



**Mål:** Lage et arrangement for barn og deres familier i lokalsamfunnet, få fremme/sette fokus på alle barns rettigheter til lek og fritid. Mange barn blir ekskludert fra fellesskapet på fritidsarenaen fordi at de møter på hindringer som økonomi, fordommer, tilrettelegging, språk og transport.

Redd Barna jobber for at alle barn skal få oppfylt sin rett til lek og fritid. I denne sammenheng kan gruppen din arrangere en aktivitet med barn som målgruppe.

### ARRANGEMENT FOR BARN

Vanskelighetsgrad: krevende

Anbefalt tidsperiode til planlegging: 4-8 uker

Minimum antall personer:



### Eksempel fra Redd Barna Alta – BARNEDISKOTEK

Redd Barna Alta arrangerte barnediskotek for alle barn i Alta, for å feire Barnekonvensjons 30 års jubileum.

### Hvordan dere kan gå fram:

Tips: Følg **prosjektplan mal** som er vedlagt i slutten av Aktivitetshåndboka.

- Se evaluering fra tidligere arrangementer for inspirasjon.

På forhånd er det viktig å være tydelig i ansvarsfordelingen innad i gruppen:

- **Hvem skaffer lokale?** Husk universell tilgjengelighet og at alt av nødvendig utstyr er på plass. Sørg for at lokalet er både lett fremkommelig og tilrettelagt for personer med funksjonsvariasjon.

Barnediskotek i Alta i regi av Redd Barna Alta.



- **Hvem sørger for bevertning?**
- **Hvem tar ansvar for PR?** Plakater/Sosiale media/Avis/Radio
- **Hvem tar ansvaret for budsjettet?** Planlegg aktiviteten/arrangementet ut fra de ressursene dere har. Kontakt regionkontoret dersom dere har behov for å søke om mer midler.
- Sett opp en tidsplan/kjøreplan for arrangementet.
- Skaffe oversikt over antall barn som skal delta/hvor stort dere forventer arrangementet skal bli.
- Sjekk at det er tilstrekkelig antall frivillige som forplikter seg til å møte på aktiviteten. Foreldre/foresatte/ansvarspersoner skal delta på arrangementet.



Lag felles plan for ansvarsfordeling av arbeidsoppgaver både før og under arrangementet:

- Tidspunkt for oppmøte, og tidsplan/kjøreplan for arrangementet.

Arbeidsoppgaver:

- Minst to frivillige står ved hver «aktivitet» og holder oversikt.
- Minst to frivillige holder stand på avtalt møtested slik at barna til enhver tid kan komme dit ved behov. Alle barna må vises stedet (varsling).
- **Brannsikkerhet** ved innendørsarrangementer, hold tellingen av hvor mange deltagere er tilstede. I tillegg er det fint om noen kan ta ansvar for telling av totalt antall deltagere (barn og voksne).
- **Beverting/Kiosk.** Her kan dere leie inn et idrettslag på dugnad som kan selge mat og drikke til flat pris, eller gjøre det selv.

Etter aktiviteten – Husk evaluering:

- Gå sammen i etterkant av aktiviteten/arrangementet, enten samme dag eller avtal en dato i nær framtid. - Se mal for evaluering dokument som er vedlagt i slutten av Aktivitetshåndboka.

### **Skap trygge og gode aktiviteter for barn og unge**

Det er viktig at gruppen planlegger godt og tar noen forhåndsregler slik at arrangementet blir en god opplevelse for barna, familien som helhet og de frivillige.

Skap gode rammer for trygge aktiviteter. Barn og unge som deltar på aktiviteter i regi av Redd Barna skal føle seg trygge og godt ivaretatt når de er sammen med oss. De skal trives og det er veldig positivt om dere involverer barne- eller ungdomsråd i planleggingen av aktiviteten, slik at de kan være med å bestemme der det er naturlig.

### Ta spesielt hensyn til:

- **Varsling:** Det er fint om dere tilrettelegger for at barn/de som deltar kan si ifra dersom de opplever noe ubehagelig på arrangementet.
- **Risikovurdering:** Når man gjør risikovurderinger på de ulike aktivitetene, må man for eksempel vurdere ut fra barnas alder, hvor godt frivillige kjenner barn og foreldre og hvorvidt de frivillige har de nødvendige ferdighetene på den aktuelle aktiviteten. All risikovurdering innebærer bruk av skjønn, ta gjerne kontakt med din kontaktperson i Redd Barna dersom du har behov veiledning. Poenget er at dere skal reflektere over skader og ulykker som kan skje på aktivitet, hva dere kan gjøre for å forebygge og hva dere gjør dersom en ulykke inntreffer.
- **Håndtering av hendelser på aktivitet:** GJELDER ALLE HENDELSER: Varsle din kontaktperson i Redd Barna om det som har skjedd, og fyll ut avviksskjemaet du får i etterkant. Du får tilbud om samtale med din kontaktperson i Redd Barna eller psykolog dersom du ønsker det.

### **Beredskapsplan:**

#### **HVIS DET OPPSTÅR FYSISK KONFLIKT MELLOM BARN**

I frivillig arbeid med barn skal vi legge til rette for trygge rammer for aktivitetene, og opptre konfliktdepende og med respekt for barna. Skulle det oppstå en fysisk konflikt mellom barna, er det viktig at dere vurderer situasjonen og handler ut ifra alvorlighetsgrad.

1 Bevar roen.

2 Gi de involverte barna beskjed på en rolig og tydelig måte.

#### **OM KONFLIKTEN ESKALERER**

3 Minst 2 frivillige tar ansvar for å ta barna som ikke er del av konflikten vekk fra situasjonen.

4 Kontakt din kontaktperson i Redd Barna eller ansatt fra samarbeidspartner, og rådfør dere med dem.

5 Minst 2 frivillige gjør en vurdering om det er mulig å fysisk gripe inn på en skånsom måte, uten å skade barna eller seg selv.

6 Dersom frivillige vurderer at det ikke er trygt å gripe inn og at situasjonen er akutt, må politiet kontaktes umiddelbart.

7 Samle barna så fort situasjonen har roet seg, for å trygge og snakke om det som har skjedd.

#### **SKADER OG ULYKKER SOM OPPSTÅR UNDER AKTIVITET**

I frivillig arbeid med barn skal vi legge til rette for trygge rammer for aktivitetene, derfor er det viktig å være klar til å vite hvordan en skal handle ved en eventuell skade eller ulykke. Ved åpne møteplasser skal foreldre/foresatte være tilstede og ha hovedansvaret for sine egne barn.

1 Bevar roen!

2 Den som er først på stedet: Vurderer om skaden kan avhjelpes på stedet. Vurderer om det er behov for legehjelp. Gir førstehjelp ved behov. Sørger for å varsle andre frivillige.

3 Få noen til å ringe ambulanse 113. Oppgi navn, sted, hva som har skjedd. Få bekreftet de opplysningene som du har gitt.

4 Frivillige som ikke gir førstehjelp tar med de andre barna unna ulykkesstedet og holder dem i ro.

5 Varsle den eller de som er ansvarlig for barnet om det som har skjedd og hva som blir gjort.

6 Ta i mot ambulansen

## Tips og triks

- Sett klare retningslinjer for hvilken type arrangement det er snakk om. Er det dere som frivillige som har ansvar for barna eller skal dere bare fasilitere aktiviteten, mens foreldrene har hovedansvaret. Snakk sammen om hvordan dere sikrer foreldrenes deltagelse, er det med å registrere alle ved ankomst eller ved påmelding? Mulighetene er mange. Det kan også være en fordel å legge opp til en «foreldrekafe» slik at de har en plass å oppholde seg under arrangementet.
- Sett en klar aldersgrense, arranger heller to korte arrangement etter hverandre for å kunne gi et tilbud til barn i forskjellig alder.
- Samarbeid med kommunen eller andre organisasjoner kan sikre flere frivillige eller mer finansiering = flere muligheter.
- For å sikre tilstrekkelig sikkerhet på arrangementet kan det være en idé å leie inn et par vektere, eller f.eks. samarbeide med Røde Kors.
- Påmelding kan sikre at du når fram til målgruppen. Målgruppen kan f.eks. være nylig bosatte flyktningfamilier, familier i vedvarende lavinntekt eller «alle».
- Vurder om det er nødvendig med invitasjon/informasjon på flere språk. Ta kontakt med de ansatte på regionkontoret for hjelp.
- Rekruttering av nye frivillige via frivillig.no eller via foreldrenettverk. Foreldre stille mange ganger gjerne opp.



Redd Barna Alta arrangerte barnekonvensjonens bursdagsfest med diskotek i Alta. Barna hadde en super feiring og skrev også sine innspill på postkort for hvordan Alta kan bli bedre på at alle barn skal få delta på fritidsaktiviteter.



# Skap synlighet

For at den gjengse nordmann skal få med seg hva vi i Redd Barna holder på med, må vi fortelle om det gjennom media. Hva skal til for å komme på media og hvilke saker velger journalister? Det viktigste å huske på når man vil komme på i en avis, i radio eller TV er å ha et nyhetspoeng eller en aktualitetsknagg. Lokalt engasjement, lokale aktiviteter og personlige historier er saker som man kan ta kontakt med media om. Det er fint å ha et ansikt som kan fronte en kampanje eller et arrangement. Har dere med noen lokale «kjendiser» eller ildsjeler, så er dette noen som kan løftes frem i media. Hvis dere skal møte eller utfordre lokale politikere er det en aktualitetsknagg. Det er mye som kan bli til saker i media, som arrangementer dere lager, at lokalsamfunn engasjerer seg og at dere setter fokus på ulike temaer.

## Bruk momentum som er i media



### Bruk momentum - få flere med på laget!

Ved mye medieomtale om et spesifikt tema/sak, er det ofte stort engasjement blant folk. Det er «hett» og aktuelt. Det kan være en gylden mulighet til å få flere med på laget og mobilisere. Når folk blir opprørt over noe, har man lyst til å gjøre noe med det. Vær på ballen; tilby løsninger, inviter til temakveld, en markering, del underskriftskampanjer eller verv medlemmer.

Eksempel: Mediene skriver om situasjonen på Moria flyktningleir, det dukker opp bilder av den overfylte leiren og det skrives om barn som forsøker å skade seg selv. Det er mye følelser i sosiale medier rundt denne saken. Eller - Brennpunkt sender dokumentar om barn som har søkt asyl i Norge med familien eller som enslig mindreårig og har blitt returnert til Afghanistan, enten med familien eller etter fylte 18 år.

Folk reagerer. Det er et «momentum» der.

### Eksempler på hva man kan gjøre

- Inviter på temakveld om flyktnings situasjonen
- Oppfordre folk om å bli med på laget
- Be folk skrive under på et av Redd Barnas opprop knyttet til barn på flukt
- Skriv leserinnlegg for å vise at vi bryr oss om situasjonen – det øker synlighet og får lagspillere
- Kontakt politikere som man vet bryr seg om saken. Ta bilde av møtet for å vise at gruppen er engasjert i saken

Husk at Redd Barna aldri engasjerer seg i enkeltpersoners saker, men kjemper for politiske endringer som skal gi alle barn et bedre liv. Husk også at alt du kan mene på vegne av Redd Barna må være forankret i Redd Barnas barnepolitiske plattform og eventuelle kampanjebudskap. Ta kontakt med regionkontoret for å avklare Redd Barnas ståsted knyttet til den aktuelle saken og hvordan man går frem, før du starter med aktiviteter.

# Komme på i media

**Mål: vårt mål med kommunikasjon i media er å synliggjøre hva vi holder på med og nå ut med vårt arbeid, kampanjer og viktige saker for barn lokalt, nasjonalt og ute i verden. Vi skal enkelt formidle Redd Barnas arbeid og bygge kunnskap om barns rettigheter.**

Ved å bruke media formidler vi Redd Barnas budskap ut til folk som aktivt vil vite noe enten ved å lese en avis, hører på radioen eller skrur på nyhetene på TV.

De fleste medier er opptatt av å formidle nyheter. Når du kontakter media, bør du begynne med å fortelle journalistene hva slags nyhet du har å komme med. Skal man for eksempel ha et arrangement, er det ikke nødvendigvis arrangementet i seg selv som er nyheten, men hva arrangementet handler om og hvilke personer det er som skal holde foredrag eller innlegg, som har nyhetsverdi.

## Hvordan du kan gå fram

Når man kontakter en journalist, er det lurt å ha skrevet en e-post klar på forhånd med alt det nødvendige en journalist trenger for å lage en god nyhetsartikkel før du ringer for å selge inn saken. Overskriften i e-posten er hovedbudskapet du vil få frem. Deretter bør du opplyse om hva som skal skje, som for eksempel tid, sted og dato, hvis det er et arrangement. Før du henvender deg til media bør du avklare med de som skal holde foredrag/innlegg på arrangementet om de vil snakke med media. Arrangementer skjer ofte på ugunstige tider for journalistene (for eksempel på kvelden), så ved å tilby foredragsholderne/innlederne på forhånd/etterkant av et arrangement, f.eks. på telefon eller i studio på morgenen/dagtid, er det ofte en større sjanse for at medier sier ja til å lage en sak. Send gjerne e-posten med all informasjon så fort som mulig etter at du har snakket med journalisten på telefon.

Hvis du ikke har et konkret navn på en journalist, ta kontakt med nyhetsredaktør, vaksjef eller debattleder. De kan som regel hjelpe deg eller sende deg videre til rett journalist for det tema du henvender deg om.

## Tips og triks for intervju

- Vær godt forberedt
- Bruk et språk som din bestemor, bestevenn eller tenåringsbarn vil forstå
- Snakk i hele setninger, og ikke bare ja/nei som svar på spørsmål
- Bruk tall og statistikk der du kan for å få frem budskapet
- Ha gjerne noen få talepunkter på et ark, men ikke fullstendige setninger. Det kan forvirre deg i en intervjusituasjon

### KOMME PÅ I MEDIA

Vanskelighetsgrad: medium

Anbefalt tid til planlegging: 1 uke +

Minimum antall personer:



Redd Barna Ålesund live på NRK Møre og Romsdal fortalte om Forstyringsuka og temakveld som ble arrangert senere samme dag.



## På trykk

- Skal saken din på trykk i en avis eller på nett, skal du som er sitert få mulighet til å se over sitatene før saken publiseres. Husk å spørre journalisten om sitatsjekk. Da kan man endre noe som ikke er heldig formulert eller spisse budskapene dine, slik at du får frem det du egentlig prøvde å formulere.

## Direktesending

- Er det direktesending enten i TV eller på radio, er det er journalistens oppgave å gjøre deg god.
- På TV (live eller opptak) blir kroppsspråket ditt veldig synlig. Lurt å tenke på gestikulering, ha en rolig og avslappet holdning, snakke rolig og ikke røre for mye på seg.
- Å være engasjert i saken, resulterer i et godt intervju.
- Husk å se på journalisten du snakker med (ikke inn i kameraet med mindre du har en oppfordring til alle der ute).
- Når du deltar på radio eller på bilde i avisen kan det være lurt på ha på Redd Barna t-skjorte og ta med aktuelt materiell slik at dette kan være synlig på bilder.
- Hvis du ikke oppfatter hva journalisten spør om, spør om han/hun kan gjenta spørsmålet.



## Øvelse gjør mester

- Det er fint å øve seg sammen med en annen på spørsmål og svar, før man skal intervjues. Bruk en annen i gruppa, en venn eller kollega til å snakke gjennom hva som er de viktigste tingene du vil formidle i et intervju.
- Øv deg på å snakke i hele setninger, basert på en kulepunkts-liste med dine tre hovedpoeng du vil få frem. NB - dette tar tid å mestre!

Redd Barna Barna Skien live på NRK Telemark radiosending. Det er supert å ta et bilde av deg selv når du deltar i studio, så kan man dele dette bildet i sosiale medier etterpå med lenke til intervjuet.



# Leserinlegg



## Mål: få et engasjerende innlegg på trykk lokalt.

Det typiske leserinnlegget er en meningsytring om en aktuell sak. En «knagg», en hendelse, gjør det ofte lettere å få leserinnlegg på trykk/publisert og aktuell for en avis. Tenk «momentum» - er det mye medieomtale om en sak du er engasjert i, bruk aktualiteten for å fremme dine meninger.

## Tips til hvordan du skriver et innlegg som engasjerer

- Velg en enkel og fengende overskrift. Det bør være noe som sier noe om innholdet og hovedpoenget ditt.
- Konsentrer deg om én sak. Det er lurt å tenke gjennom nøyaktig hva du vil med leserinnlegget. Hva skal det føre til?
- Skriv saklig, argumenter godt og fatt deg i korthet. Innledningen din bør presentere standpunktet ditt på en måte som gjør at leseren får lyst til å lese videre. Innledningen trenger ikke være lengre enn 2-3 linjer.
- Hvem skal lese det? Fokuser gjerne på én målgruppe og tilpass språket deretter.
- Etterspør du respons/svar fra noen? Skriv gjerne for avisens lesere, ikke for kolleger o.l.
- Du kan gjerne bruke eksempler. Det kan gjøre at leseren lettere kan relatere til det du skriver om.
- Få noen til å lese over det du har skrevet. Det gjør ofte teksten din bedre, da andre ser ting man ikke selv ser (skrivefeil eller at noe er utydelig).
- Dropp fremmedord og forkortelser. Vær leserens beste venn, husk relevante lenker.
- Send innlegget til debattredaksjonen i din lokalavis. Husk å skriv under med fullt navn. Legg også ved et portrettbilde.
- Send til én avis om gangen. Be om å få svar fra redaksjonen. Haster det med å få på trykk, skriv gjerne «ser frem til rask tilbakemelding» eller noe lignende.
- Ofte orienterer avisene om tidsrammen før man får svar. Har du ikke mottatt svar innen den tiden, send en oppfølgende e-post eller ring avisen. De fleste avisene svarer på om de vil publisere/trykke en sak innen 5 virkedager.

**LESERINNLEGG**  
Vanskelighetsgrad: medium  
Anbefalt tid til planlegging: 2 dager+  
Minimum antall personer:

Redd Barna Gjøvik har fått mange innlegg publisert i lokalavisa

---

*Nesten halvparten kjenner noen*

---

*Redd Barnas hjelp til gjenforening*

---

*Den livsfarlige bløffen*



Hold ditt regionkontor orientert om planlagte leserinnlegg. Vi har medierådgivere som gjerne leser gjennom og kommer med tilbakemeldinger. Er du usikker på om innlegget er i tråd med Redd Barnas barnepolitiske plattform eller kampanjebudskap? Ta en sjekk med regionkontoret for sign-off.

Hvis du vil bruke et ferdigskrevet leserinnlegg (f.eks. som Redd Barna har skrevet til en kampanje), er det viktig å få inn et lokalt argument eller en lokal vinkling, helst inn i overskriften eller inn i første delen av innlegget.

- Send leserinnlegget med de lokale endringene til debattleder el. debattredaksjonen i lokalavisen. Legg også ved et portrettbilde.
- Ring gjerne for å høre om de har mottatt innlegget og informer om når dere gjerne ønsker at det skal på trykk.
- Spør om dette er noe de vil trykke. Som regel tar det litt tid, men send gjerne en oppfølgende e-post eller ring om ikke du har mottatt et svar.



- Når du mottar et ferdigskrevet leserinnlegg, kan du tilpasse det og velge ut deler som passer inn eller bruke en liten del av innlegget. Skriv det om slik at det passer bedre med det du vil si.
- Jo mer lokalkunnskap du klarer å få med i innlegget, jo større sannsynlighet er det for at din lokalavis trykker innlegget
- De fleste aviser vil ha innlegg på 400 - 3500 tegn inkl. mellomrom. Det er ofte lettere å få på trykk kortere innlegg.

## Ildsjeler



I alle kriker og kroker av Norge finnes det ildsjeler som kjemper for barn på ulike måter. Det kan være en kjent personlighet, ordfører kandidat som står på valg, en fotballtrener, en taximamma, en advokat som jobber med mindreårige asylsøkere, den lokale presten eller andre. Ta gjerne kontakt med ildsjelene og spør om de ønsker å delta i Redd Barnas kampanjer.

Det finnes ulike måter å fronte et kampanjebudskap. En enkel måte er at personen stiller opp på et bilde eller en kort filmsnutt med Redd Barnas kampanjemateriell og sier hvorfor de vil støtte saken. Du kan også be ildsjelene om å dele opprop eller komme med andre innspill til sine følgere.

Hvis det er en kjent person, så er det viktig at man tar en rask avsjekk med regionskontoret, i tilfelle dette er en person som Redd Barna allerede er i kontakt med eller som har fått en forespørsel fra oss. Det er også lurt å sjekke om personen er tilknyttet noen andre organisasjoner før du henvender deg.

Jonathan "Boss" Castro er rapper og ungdomsarbeider. Han brenner for at barn og unge skal ha tilgang til fritidsklubber og støtter kampanjen om barns rett til lek og fritid.



Tale Maria Krohn Engvik er helsesykepleier og driver Snapchat-kontoen «Helsesista» for å komme i kontakt med ungdom om helsespørsmål. Hun støtter Redd Barnas kampanje for å bekjempe vold og seksuelle overgrep, og har spredd budskapet i sine kanaler.



# Sosiale medier

**Mål:** vårt mål med kommunikasjon i sosiale medier er å skape engasjement og synliggjøre hva vi holder på med. Vi skal enkelt formidle Redd Barnas arbeid og bygge kunnskap om barns rettigheter.

Bilder fungerer veldig bra som innhold i sosiale medier, så det er viktig å dokumentere godt når man har arrangementer, står på stand, møter politikere eller gjør andre kampanjeaktiviteter.

Huskeliste når man skal bruke sosiale medier:

- Hvem er målgruppen?
- Hva er hovedbudskapet?
- Hva vil vi oppnå?
- Hvilken type innhold passer best til å formidle dette?

Når du besvarer de overnevnte spørsmålene, finner du ved å se på listen under hvilken kanal som passer best til dette budskapet.

**Facebook** – den beste kanalen for å lage og invitere til arrangementer. Kan også brukes til å dele bilder eller spre budskap med en handling som f.eks. å skrive under på et opprop. Husk å skriv det som er viktigst først og skriv korte poster. Bruk @ for å tagge Redd Barna og din gruppe, organisasjoner, politikere eller personer som har sagt noe, eller som du vil si noe til og nevne i posten.

**Instagram** – en god kanal for å vise frem alt det fine Redd Barna gjør. Det er mulig å poste flere poster per dag, men la det gå minimum 1 time mellom hver post. Lag også Instastory, med bilder eller video (15 sek) for å fortelle om et tema eller en kampanjeaktivitet dere gjør. Bildene/filmene blir liggende i 24 timer. Husk å bruk # og @ for å tagge organisasjoner, politikere eller personer som har sagt noe på bildene eller som du vil si noe til.

**Twitter:** er en god kanal for å nå journalister og lokale politikere. Her kan man kommentere og poste mange poster fortløpende under arrangementer eller bruke kanalen aktivt til å f.eks. utfordre lokale politikere. Da bruker man @ for å tagge de organisasjoner, politikere eller personer.

## Tips og triks

- # hashtag eller emneknagg:
  - Dette brukes mest på Instagram og Twitter og fungerer som en link til en kategori/tema.
  - Når du deler innhold i sosiale medier er det lurt å bruke emneknaggene for Redd Barnas kampanjer slik at din post blir synlig knyttet til emneknaggen.

## SOSIALE MEDIER

Vanskelighetsgrad: enkel

Anbefalt tid til planlegging: avhengig av hva man gjør i SoMe

Minimum antall personer:



Redd Barna Oslo lager Instastory fra aktivitet.



Redd Barna Haugalandet har delt sitt ordførermøte på Instagram.



Redd Barna Arendal besøksgruppe har reist rundt i Aust-Agder og fått politikere, lærere, kommuneansatte m.fl til å stille opp på bilder i sosiale medier.



- Emneknagger brukes også ofte på konferanser, debatter, TV-debatter og andre arenaer. Bruker du den offisielle emneknaggen når budskapet ditt ut til enda flere.
- @ brukes både på Facebook, Instagram og Twitter, og fungerer som en link til en person eller en konto.
- Viktig å huske på at video skal tekstes fordi det tar hensyn til hørselshemmede og fordi de fleste ser video i sosiale medier uten lyd.
- Grupper som har egen side kan også tenke på hvem man skal følge og like for å få nettverk og for å få følgere tilbake.

Redd Barna Drammen fikk med ansatte på sykehuset til å fronte Redd Barnas kampanje for å bekjempe vold og seksuelle overgrep mot barn,



# Få tillatelse til stand, stunt/aksjon, arrangement

Her er en enkel oversikt over hvordan dere går frem:

- 1) Vær ute tidlig slik at dere har tid til å innhente tillatelse. Dere kan trenge tillatelse både fra grunneier og politi (men bare fra politiet dersom det er offentlig område/eiendom).
- 2) Finn ut hvem som eier grunnen der dere vil være. Er det kommunen, Statsbygg eller noen private? Hvis dere ikke vet, ring plankontoret der dere bor og spør.
- 3) Når dere har funnet ut hvem dere skal søke hos, må dere skrive en søknad. De fleste vil ha den på mail, men i noen tilfeller kan den registreres på en nettside.
- 4) I søknaden skriver dere:
  - Hvem som søker (Redd Barna gruppe xxx)
  - Tid (start og slutt) for aktiviteten
  - Sted (vær så spesifikk som mulig)
  - Omtrent hvor mange dere kommer til å være
  - Spesifiser om dere skal bruke megafon, servere mat, o.l.
  - Gi kort beskrivelse av hvorfor dere skal være der og hva dere helt konkret skal gjøre
  - Oppgi en eller to kontaktpersoner med telefonnummer
- 5) Når dere har fått tillatelse fra grunneier, sender dere dem samme søknaden til politiet, gjerne med kopi av tillatelsen fra grunneier.

*Husk å skrive ut begge tillatelsene og ta dem med dere. Det kan hende politiet eller andre ber om å få se dem.*

Redd Barna Bergen har Lek og fritid - stand med tegneverksted og utstilling i Bergen sentrum.



Redd Barna Sola med stand på UKM.





# Planlegg aktivitet – enkel prosjektplan-mal som kan brukes for å planlegge aktiviteter

PROSJEKTLEDER: \_\_\_\_\_

BESKRIVELSE AV PROSJEKTET (kort beskrivelse av prosjektet. Hva vil du få til med prosjektet. mål og målgruppe).

HVA SKAL GJØRES (beskrivelse av oppgaver og aktiviteter)

HVA TRENGER JEG FOR Å GJENNOMFØRE PROSJEKTET (utstyr, lokaler osv.)

HVEM MÅ JEG SAMARBEIDE MED (beskrivelse av personer du må ha med på laget for å klare å gjennomføre prosjektet)

TIDSPLAN (når må ting gjøres)

HVA MÅ JEG HUSKE PÅ

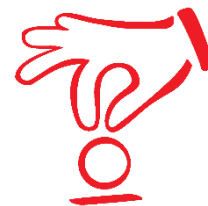
# Evaluering - etter gjennomført aktivitet

Etter gjennomført aktivitet, kan det være lurt å evaluere hvordan det gikk. Dette er både for egen læring og hvordan man ønsker å gjøre ting annerledes neste gang, og for å dele erfaringer med andre frivillige og Redd Barna grupper. Kanskje akkurat aktiviteten dere gjorde kan være til stor inspirasjon for andre.

- Hva gjorde dere, hvor og sammen med hvem?
- Oppnådde dere målet dere satte for aktiviteten?
- Hva synes dere gikk bra?
- Var det noe som gjorde at aktiviteten funket ekstra bra/ ble en suksess, som dere gjerne vil tipse andre om?
- Var det noe som var utfordrende eller vanskelig? Hva?
- Er det noe dere ville gjort annerledes? Hva?
- Andre ting?

# Hvordan søke midler til aktiviteter?

- Norsk Tippings overskudd går til samfunnsnyttige formål gjennom Grasrotandelen. Redd Barna-grupper som er registrert i Frivillighetsregistret i Brønnøysundregistrene kan motta midler fra Grasrotandelen. Midler herfra kan blant annet brukes på aktiviteter som er beskrevet i denne boka. Registreringen gjøres elektronisk gjennom Samordnet registerordning (finnes på nettsidene til Brønnøysundregistrene). Husk BankID! Dokumenter som skal lastes opp i registreringen:
  - Vedtekter
  - Stiftelsesdokument som viser at dere er opprettet/stiftet
  - Årsmøteprotokoll/dokumentasjon som viser valg av styre



- Redd Barna-grupper kan søke om midler gjennom ordningen Ekspress (Stiftelsen DAM). Formålet med Ekspress er å støtte små enkeltstående prosjekter og tiltak med fokus på lokal aktivitet og frivillighet. Ordningen har et enkelt søknadsskjema og rask saksbehandling, slik at det skal gå kort tid fra idé til gjennomføring. Les mer her: <https://dam.no/programmer/ekspress/om-programmet/>

Det kan søkes om prosjekter i størrelsesorden 5.000-40.000 kroner og prosjektlengden er maks ett år. Ordningen Ekspress har åpen søknadsfrist hele året. Ta kontakt med regionkontoret hvis din gruppe ønsker å søke på midler fra Ekspress. Du får da tilsendt et søknadsskjema og din kontaktperson vil registrere søknaden elektronisk for deg. Regionkontoret kan også være behjelpelig med tips til hva som utgjør en god søknad og sende eksempler på tidligere søknader som er innvilget.

- Samarbeid med næringslivet kan gi økonomisk støtte til å gjennomføre arrangementer, gratis leie av lokaler, flere frivillige og mye annet nyttig. Ta kontakt med ditt regionkontor dersom du er interessert i å samarbeide med næringslivet.

Redd Barna Drammen arrangerte fagdag om vold og seksuelle overgrep mot barn med midler fra Ekspress. 70 personer deltok på fagdagen og midlene dekket både lunsj til alle deltakerne og leie av lokale.



# Hvordan kan jeg påvirke Redd Barna som organisasjon?

## Påvirk hva Redd Barna jobber med

Viste du at Redd Barna er en medlemsdemokratisk organisasjon? Som medlem har du rett til å delta i medlemsdemokratiet, og du har muligheten til å påvirke hva organisasjonen jobber med, blant annet ved å delta på regionmøter, landsmøter, og bli valgt til tillits- og styreverv. Redd Barnas medlemmer er organisasjonens vaktbikkje, som sørger for at organisasjonen på best mulig måte jobber for at alle barn får sin rett til å overleve, lære og være trygge, oppfylt. Redd Barna trenger din kunnskap, meninger og innspill for å bli en sterkere og mer relevant organisasjon. Har du en sak du brenner for, eller har du lyst til å være med å påvirke organisasjonen? Her kommer noen tips til hvordan du kan gå frem.

## Hvordan kan jeg få gjennomslag for min sak?

### Meld deg inn i organisasjonen:

Enhver som slutter seg til Redd Barnas formål kan bli medlem i Redd Barna. Medlemmer velger selv sin grad av aktivitet i Redd Barna. Medlemmer kan være frivillig i organisasjonen. Medlemmer som har betalt kontingenten i inneværende år har stemmerett i lokal Redd Barna gruppe, på regionmøtet og i landsmøtet når de deltar som valgt delegat. Medlemmer kan la seg velge til tillitsverv i organisasjonen. Du kan melde deg inn her: [www.reddbarna.no/bli-medlem/](http://www.reddbarna.no/bli-medlem/)

### Ta kontakt med medlemsstyret:

Medlemsstyret er medlemmenes talerør inn i organisasjonen. Medlemsstyret velges av landsmøtet og består av to representanter og en vara fra hver region, og 5 frie medlemmer. Disse møtes to ganger i året. Har du noen spørsmål, innspill eller saker du er engasjert i kan du ta kontakt med dine regionale representanter i medlemsstyret, eller du kan sende mail til medlemsstyrets leder: [ms-leder@reddbarna.no](mailto:ms-leder@reddbarna.no) og nestleder: [ms-nestleder@reddbarna.no](mailto:ms-nestleder@reddbarna.no)

### Ta opp saken på årsmøtet:

Redd Barna gruppene arrangerer årsmøter hvert år i januar eller februar. Her behandles gruppens årsmelding og årsregnskap, og gruppens styre og regnskapskontrollør velges (dersom gruppen har egne inntekter). På årsmøtene kan du blant annet være med å bestemme hvem som skal sitte i gruppens styre, og være med å planlegge aktiviteter for året som kommer.

### Ta opp saken på Regionmøtet:

Regionmøte er medlemmenes viktigste møteplass mellom Landsmøtene. Medlemsstyret har ansvar for å arrangere møtet i samarbeid med administrasjonen. Medlemmer kan komme med innspill til innhold, og forslag til saker og uttalelser som skal diskuteres. At medlemmer fra en hel region kan komme til enighet om en sak de vil fremme videre i organisasjonen, i media, eller på landsmøtet gir saken ekstra stor kraft og en større mulighet for gjennomslag!

Regionmøtet i Region Vest vedtok i 2019 blant annet et leserinnlegg som ble trykket i Bergensavisen om at regjeringen må hente hjem de norske barna i syriske flyktningleirer sammen med sine mødre.





- Diskuter saken med din Redd Barna gruppe, gjerne på årsmøtet.
- Ta kontakt med medlemsstyret eller regionskontoret for hjelp til å formulere og legge frem din sak.
- Skriv et forslag til uttalelse eller en sak som du kan legge frem på regionmøtet.
- Saken må sendes inn til administrasjonen senest 1 måned før regionmøtet.

### Ta opp saken på Landsmøtet:

Landsmøtet er Redd Barnas høyeste myndighet og møtes hvert tredje år. Her møter valgte representanter fra lokale grupper fra hele landet og velger blant annet medlemmer til medlemsstyret og hovedstyret, og strategien for de tre neste årene vedtas her. Medlemmene har mulighet til å spille inn saker til landsmøtet på forhånd.

- Delta på eller arranger landsmøteforberedende møter der din gruppe diskuterer saker som bør tas opp.
- Formuler saker, spørsmål og uttalelser i forkant av Landsmøtet. Vær oppmerksom på at saker må sendes inn senest 3 måneder før Landsmøtet.
- Ta kontakt med de valgte landsmøtedelegatene fra din region dersom du har innspill eller spørsmål i forkant av Landsmøtet.

Hvert tredje år møtes medlemmer i hele landet på Redd Barnas landsmøte.



### Delta på møteplasser og i diskusjonsforum:

Delta på seminarer, møter, verksteder og andre arrangementer for medlemmer og frivillige. Vær nysgjerrig og ikke vær redd for å stille spørsmål hvis det er noe du lurer på eller er uenig i. Ta gjerne initiativ til møter og diskusjoner i din gruppe. Vær kreativ og uredde! Dine innspill bidrar til å gjøre organisasjonen bedre for barn.

### Jeg får ikke gjennomslag for min sak, hva gjør jeg?

For å få gjennomslag for din sak, er det viktig at du har noen gode argumenter å komme med, slik at flere har lyst til å støtte deg og din sak. Baser argumentet på fakta og dokumentasjon, men appeller også til folks følelser.

Still ditt spørsmål eller frem din sak i ulike sammenhenger, til ulike personer. Forsøk å få med deg flere medlemmer i din region, eventuelt i andre regioner. Ikke gi opp! Kanskje får du gjennomslag for din sak ved en senere anledning. Det kan være at ressursituasjonen endrer seg over tid eller at samfunnsmessige endringer bidrar til at din sak blir mer aktuell, og får større gjennomslagskraft.