

FLER, BÄTTRE & STARKARE

EN ORGANISERINGSGUIDE FÖR
S-STUDENTERS KLUBBAR



SAMLÄ OCH ORGANISERA	02
VIKTEN AV LÅGA TRÖSKLAR	03
INNEHÅLLET - VAD LÄR VI OSS?	04
KAMP MOT OJÄMSTÄLLDHET	05
ETT UPPROP FÖR EN NY VERKSAMHET	06
FÅ DET FULLSATT	07
SYNS NI SÅ FINNS NI	08
ATT VÄRVA MED EN VERKSAMHET	09
ETT EFFEKTIVT KAMPANJARBE	10
NU DÅ? VERKTYG FÖR ATT BÖRJA ER FÖRÄNDRING	11
AVSLUTNING	12

SAMLA OCH ORGANISERA

Att bedriva verksamhet i olika former har sedan arbetarrörelsens start varit en del i att samla människor med en vilja att förändra sin samtid. När kyrkan dominerade barnens sysselsättning blev Unga örnar ett alternativ. Folkets Park gjorde att arbetare faktiskt hade råd med nöjen runt om i Sverige. S-studenter kom till för att samla och organisera socialdemokratiska studenter på våra högskolor och gör så än idag.

Vi kan aldrig ta vår relevans och påverkanskraft för given. Om vi ska vara en relevant organisation i ständig rörelse krävs det ett kontinuerligt inflöde av nya medlemmar och fler engagerade. Därför är det viktigt att S-studenter och resen av arbetarrörelsen alltid söker efter nya metoder för organisering.

S-studenters klubbar är autonoma. De väljer själva sin politiska inriktning, hur ofta de ses och i vilken form mötena ska ske. Vissa träffas en gång i veckan, anda mer sällan. Vissa har en bred medlemsbas medan andra har en smalare. Oavsett hur klubbens verksamhet har sett ut finns mycket att vinna på att fortsätta utvecklas.

Vägen in i ett politiskt engagemang kan se olika ut och i en värld där enskilda intresseorganisationer, informella nätverk och lokala föreningar lockar till engagemang måste vi som organisation också förstå vad vi kan göra för att nå ut.

Denna guide är inte en samling riktlinjer för organisering i S-studenter. Den är snarare tänkt som en inspirerande handbok för hur ni i klubbarna kan utveckla verksamheten, göra den mer inkluderande och locka nya medlemmar. De inledande avsnitten illustrerar några områden att tänka igen för att vara en attraktiv klubb för medlemmarna. Avslutningsvis går vi igenom några verktyg som kan hjälpa er att analysera klubbens läge, men som också kan fungera som ett stöd för att bli en ännu bättre förening.

VIKTEN AV LÅGA TRÖSKLAR

Som klubb kommer ni tjäna på att tänka på vilket första intryck ni ger. Vi är inte sällan människors första kontakt med arbetarrörelsen och har därför ett stort ansvar för att skapa ett bra första möte. Här tar vi upp några av de vanligaste hindren i föreningar, och vad vi kan göra åt dem:

- Det är inte ovanligt att jargong uppstår i grupper som ses ofta. För nya personer framstår trösklarna då som väldigt höga. Vi kan till exempel förutsätta att alla är vana vid mötesformalia, eller för den delen att talarutrymmet av sig självt fördelar sig jämt.
- Utse alltid en person som har som uppgift att välkomna nya medlemmar, ställa "dumma" frågor och som drar i bromsen om jargongen blir för intern.
- Har ni officiella medlemsärenden att fixa såsom val eller liknande - se till att då dem klara snabbt och smidigt, kanske till och med innan mötet.

Maktstrukturer som till exempel kan ta sig i uttryck i vilken typ av sysslor som läggs på tjejer och killar kan också bli ett hinder i inkluderingen. Det kan också finnas tydlig snedfördelning i talarutrymmet mellan män och kvinnor. Prova att samla olika former av talarstatistik, vare sig det ä genom en app eller med ett enkelt anteckningsblock. Det är viktigt att kunna agera med ett bra underlag som grund.

Det är också relevant att tänka på tillgänglighet i form av ljud och utrymmen. I en stor lokal bör föreläsare förses med mikrofon. För den som är rullstolsburen kan det vara tacksamt med en lokal med få trösklar och trappor.

Slutligen är det bra att ha med sig att dynamiken i en grupp alltid förändras av nya individer. När en ny medlem blir aktiv bildas därmed en ny grupp. Att bryta gamla gruppstrukturer kan vara svårt, men är viktigt för att kunna inkludera nya medlemmar och byggen en gruppdynamik tillsammans med dem. Lyckas ni med det så kommer no också ha alla möjligheter att vara välkomnande och engagera fler.

När det kommer nya medlemmar är det viktigast att ha i åtanke att varje grupp är ett kollektiv. När det kommer en ny individ bildas också ett nytt kollektiv och gruppen måste formos på nytt. Det är om ni lyckas hitta den omformningen av gruppen som ni också inkluderar den nya individen.

KAMP MOT OJÄMSTÄLLDHET

Ett av de problem som ofta dyker upp i klubbar är bristande jämställdhet. Bristen visar sig i allt från att fler män aktiverar sig i klubben till att de tar mer utrymmer i fria diskussioner. Det säger sig självt att feministiskt förbund inte kan acceptera ojämsställda strukturer och mönster. Vi ska alltid vara vaksamma på när vi ser jämställda tendenser ta form och agera mot dem.

Uppmärksammande är första steget i rätt riktning.

Ett vanligt fenomen är debattävlingar. I dessa tävlingar duellerar ofta killar mot varandra i att ha mest rätt. Samtalet blir sällan lyssnande och diskussionerna sällan inkluderande. Det kan också leda till en jargong som belönar att vi avbryter, höjer rösterna eller att tankar måste anses vara "färdiga och bestämda" för att gillas. Det gynnar oftast bara ett fåtal pratglada men blir på det politiska samtalets kostnad.

FYRA SNABBA TIPS FÖR EN MER JÄMSTÄLLD MILJÖ I KLUBBEN

- Diskutera i smågrupper och utse en moderator som har som uppgift att fördela talarutrymmet jämnt.
- Variera verksamheten, tänk på att inte bara anordna föreläsningar. Tänk på att ha annan verksamhet också såsom kultur.
- Skippa de helt fria samtalen och arbeta istället med rundor där alla får säga något.
- Sätt upp ett rullande schema för alla praktiska uppgifter i klubben.

VERKSAMHETSÖVERSYN

Att se över vilken typ av verksamhet ni bedriver kan vara nog så viktigt för jämställdheten. Fundera över vilka talare ni bjuder in, vilka ämnen som tas upp och vad ni faktiskt gör på era träffar. Att syna sin verksamhet är viktigt ur jämställdhetssynpunkt.

SEPARATISTISKA AKTIVITETER

Att anordna separatistiska aktiviteter kan vara ett viktigt verktyg för att skapa trygga rum och jämställda villkor. Separatistiska verksamheter innebär här helt enkelt att medlemmar som strukturellt missgynnas organiserar sig separat från den ordinarie verksamheten. Sådana träffar kan vara stärkande och ge utrymme för mer erfarenhetsutbyte. Det finns också ett värde i att män tar ansvar för sin egen roll i patriarkatet och tillsammans kritiskt diskuterar den. Det är viktigt att erfarenheten inte stannar i den separatistiska gruppen utan ska också diskuteras i helgrupp för att förstärka och förbättra kulturen i klubben.

ETT UPPROP FÖR EN NY VERKSAMHET

I arbetarrörelsen älskar vi med all rätt våra lokaler, även om vi ibland kunde visa dem mer kärlek. Det kan vara värt att komma ihåg att er lokal också blir en del av vilja ni är. Vi delar inte ut smutsiga eller skrynkliga flygblad och bjuder då heller inte in nya medlemmar till en stökig lokal.

Oavsett om ni har en föreningslokal eller inte kan det vara en bra idé att se till att ni då och då hittar ett nytt ställe att ses på det. Det är inte bara så att omväxling förnöjer, det kan också öppna upp för ny verksamhet. Ta för vana att några gånger på termin göra en kulturell aktivitet - hitta en stand-up-klubb, spela biljard, gå på en utställning eller gör en utflykt. Ni kan utgå från att de fyra benen som lyckad verksamhet vilar på är politik, bildning, socialt umgänge och kultur.

TRE SNABBA OM UTVECKLAD VERKSAMHET

- Frånga nytto-principen: arbetarrörelsen startade Folket Park av en anledning. Att stärka gemenskapsbanden genom nöjen är också viktigt för att behålla en stark rörelse.
- Boka inte upp hela terminen på första styrelsemötet. Håll kalendern öppen för spontana upptåg och medlemsinitiativ.
- Fortsätt ha kul. En rörelse som endast drivs av plikt håller sällan i längden.

FÅ DET FULLSATT

Välplanerad verksamhet är lika bra som en välplanerad kampanj. Ett bra sätt att locka nya medlemmar samtidigt som vi engagerar de vi har är att skapa välbesökta evenemang. Ett evenemang kan se ut på olika sätt från samtal i aulor till demonstrationer på torg och kaffe hemma hos varandra.

KOM IHÅG:

- Vem är evenemanget till för?
- Tilltalar det bara redan insatta medlemmar eller finns det potential att locka nya?
- Vilken typ av människor förväntar vi oss vara intresserade?
- Kommunicera mera! Tänk framförallt på var ni kommunicerar. Testa att använda annat än interna kanaler. Hitta externa kanaler som kan nå ut till nya målgrupper.
- Bjud in någon ball! Våra kommunpolitiker har ofta mycket bra att säga men lockar kanske inte alltid massvis med nya människor. Håll koll på bokrealeaser, aktuella debatter och hitta synliga personer som ni tror kan dra folk. De behöver inte pyssla med politik för att vara intressanta.



SYNS NI SÅ FINNS NI

Har ni en plan hur ni ska skapa nyskapande och välkomnande evenemang behöver det också ses till att folk kommer dit. Sociala medier är ett bra sätt att nå ut. Det är lätt att få spridning och kostar ganska lite i tid och energi att producera och sprida. Chansen att nå ut till många på kort tid och med lite kraft är därför goda.

Att trycka upp affischer och flygblad kostar lite mer i tid och energi men kan också vara viktigt som ett komplement till sociala medier. Glöm inte heller att också berätta om din klubb bland era vänner och i samband med traditionella kampanjer.

SÅ LYCKAS NI MED DIGITAL KOMMUNIKATION

- Stila till det: Innehållet är såklart det viktigaste men ta er lite tid på att göra evenemanget snyggt och tydligt. Canva.com är en bra och gratis tjänst för att få till snygg grafik för bilder och headers. Kontakta kansliet eller kolla på ordförandemappen på Dropbox för förbundets InDesign-mallar.
- Jobba på målgruppens hemmaplan: Hitta de grupper som kan tänkas vara intresserade och posta där. Har ni ett samtal om NATO? Posta i Utrikespolitiska föreningens grupp. Har ni ett evenemang om jämställdhetsreformer? Hitta de lokala feministiska grupper som kan tänkas vilja komma.
- Utvärdera: Följ upp arbetet! Lyckas ni helt plötsligt nå nya rekord i antalet besökare på ert event? Analysera vad som gjorde att det gick så mycket bättre än tidigare. Försök hitta framgångsfaktorerna och upprepa dem nästa gång.
- Var ute i god tid: Framförhållning är viktigt! Även om er innersta krets är snabb och flexibel kanske inte potentiella nya medlemmar det. Annonsera därför ut era evenemang i god tid så att folk hinner planera in dem. Då får ni dessutom mer tid att bygga upp pepp.

ATT VÄRVA MED VERKSAMHET

Lyckas ni styra upp arrangemang som får många besökare gör ni rätt. Människor som kommer på er verksamhet har gjort det för att de är intresserade. Steget till att bli medlem borde därför automatiskt vara kortare.

GLÖM INTE ATT:

- Ha färdiga "Ja, jag vill bli medlem-listor" utskrivna och skicka runt dem bland deltagarna under eventet. Ha listorna framme när deltagarna börjar gå.
- Ha ett gäng upplagor av Libertas framme att använda och säg något i stil med "blir ni medlemmar idag får ni också en utgåva av Libertas".
- Glöm inte att påminna om vad som händer nästa gång. Se till att alla känner sig inbjudna till nästa event.



ETT EFFEKTIVT KAMPANJARBETE

För att skapa en lyckad kampanj krävs arbete. Det gäller att vara aktiva och uppsökande för att få igång samtal. Att stå bakom ett bord funkar aldrig och givetvis spelar det roll vad ni faktiskt säger.

Att värva handlar helt enkelt om att både prata med tillräckligt många om vad man förmedlar (alla har ju trots allt inte redan insett hur bra det är med socialdemokrati). För att vi ska få in fler i rörelsen krävs det att vi aktivt arbetar uppsökande. Genom att arbeta uppsökande kan vi bryta de mönster vi själva kanske redan är i, de som själva söker upp oss ofta är män. Nedan finns några konkreta tips och råd som kan vara användbara när ni planerar uppsökande värvningskampanjer.

- Förbered några öppningsfraser. Öppna frågor som det inte går att svara "ja" eller "nej" på är bra. Ett enkelt men effektivt scenario skulle kunna vara:
Jag: Hej! Vad tycker du om rasism?
Person: Dåligt!
Jag: Vad bra, då är vi på samma sida. Vad du idag för att motarbeta rasismen?
Person: Inget direkt.

Andra fraser att inleda med skulle kunna vara: "Vad tycker du om socialdemokraterna?" eller "Hur tror du att vi löser lärarbristen?".

- En bra idé är att knyta an till ämnen. Hitta något som berör målgruppen och var beredd med svar.
- Var intresserad av de du pratar med - låt de du möter prata om sig själva och vad de tycker är intressant. Ställ frågor men fastna inte i samtal som inte leder någon vart, vi är ju trots allt där för att kampanja.
- Vårt erbjudande att gå med i Sveriges bästa studentrörelse måste också matchas med att vi faktiskt kan bjuda in till något. S-studenter ska vara organisationen som ger möjlighet till engagemang och öppnar dörrar. Ha därför koll på kalendarier när du är ute och kampanjar.
- Om det inte funkar att stå på universitetet eller högskolan, knacka dörr i studentområden istället. Ni kan också arbeta med digitala kampanjer och digital dörrknackning.

VANLIGA BORTFÖRKLARINGAR

"Jag har bråttom"

Svar: Det tar bara någon minut!

"Jag har inte tid att vara aktiv"

Svar: Även om man inte har tid att vara aktiv själv är medlemskapet fortfarande ett ställningstagande. Är vi fler medlemmar får vi mer kraft i vad vi säger och större möjlighet att få igenom vår politik.

"Jag vill fundera"

Svar: Fråga vad det är som de funderar/tvekar över. Kanske är det något ni kan besvara redan på plats.

"Jag kan inte tillräckligt mycket/jag är inte tillräckligt påläst"

Svar: Engagemang handlar inte om kunskap, utan om dina värderingar och vår kollektiva styrka. Du behöver inte vara expert och finns det något vi verkligen vill veta mer om kan vi lära oss det tillsammans.

VERKTYG FÖR FÖRÄNDRING

Är ni beredda att börja se över och utveckla er verksamhet är det egentligen inte krångligt att komma igång. Det handlar mest om att fördela ansvar och göra slag i saken. För att se till att planen går från att vara en plan till en verksamhet kan det vara nyttigt att ha ett par verktyg nära till hands.

Här är några förslag på arbetssätt att använda när ni vill utveckla verksamheten:

MÅLBILDER

Bryt ner er verksamhetsplan till konkreta mål. Sätt prioriteringsordning på målen och sprid ut dem över året. Gör gärna en visuell tidslinje.

SWOT-ANALYS

SWOT-analys står för Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Det är ett enkelt och bra sätt att analysera sin egen verksamhets läge och möjligheter. Det kan vara en bra start för planering av ny verksamhet. Googla SWOT-analys för att få tydliga instruktioner för hur ni kan gå till väga.

GEMENSAM KALENDER

Ha en gemensam kalender med alla viktiga datum, deadlines och planerade möten så alla kan få en överblick.

GEMENSAM KALENDER

Ha för vana att göra avstämningar i det arbete ni gör. Ideellt arbete blir lätt en belastning och stressfaktor. Genom systematiskt få stämma av hur ni mår och hur ni tycker arbetet går hjälper ni varandra att hitta balans. Glöm inte att uppmuntra och stötta varandra. Det ideella arbetet är inte alltid lätt men om vi hjälps åt så blir det enklare.

FRAMÅT FÖR FÖRÄNDRING

Den här handboken är skriven som ett första steg mot ny verksamhet och fler medlemmar. S-studenter är en organisation som syftar till att vara socialdemokratins mest nytänkande och progressiva sida. Det är egenskaper vi ska ta med oss i vår verksamhet och våra kampanjer. Vi ska se det som vårt uppdrag att ständigt sänka trösklarna för engagemang i arbetarrörelsen. Vi kan skapa nya sätt att mötas, lära och agera tillsammans.

Förhoppningsvis har denna guide levererat tips och råd till dig och din förening. Kanske kommer fler nu komma till tals, era digitala satsningar fler när er verksamhet blir mer fylld av kultur.

Framförallt hoppas vi att guiden gjort er peppade på att utvecklas och bli fler, bättre och starkare. Det är bara genom att vara många kan vi förändra. Genom att organisera oss kan vi åstadkomma vad som helst, då måste också vem som helst kunna vara med.

