

från
Framtidshopp
till
Nutidsresurs

Tio tips för bättre ungdomsinflytande i
amatörkulturorganisationer

Innehåll

Förord	2
Strukturen	3
1 För informationen i tiden	
2 Storma Normen!	
3 Före-under-efter	
Vitalisera	5
4 Bygga på lust	
5 10-personersprincipen	
6 Det goda mötet	
Expertis	7
7 Våga vara modig	
8 Ung marknadsföring	
Succéhistorier	8
9 Styrkebanken	
Värdegrund	9
10 Mål eller medel	
Författarna	10
Kontaktuppgifter	

Förord

Kära medlem i ax! Du håller i din hand ett viktigt dokument. Innehållet är tio tips, framtagna av oss i ax Ungdomsråd. Tipsen är tänkta att ge svar på frågan om hur ax medlemsorganisationer kan bli mer attraktiva för unga medlemmar, genom att öka det reella ungdomsinflytandet och ta vara på unga medlemmar som en resurs.

Varje tips bygger på en organisatorisk utmaning som vi i Ungdomsrådet identifierat. Vi kallar dessa tio utmaningar ”de bra problemen”, eftersom de utgör själva utgångspunkten till de förslag vi ger. Det sägs ju att varje bra idé börjar med ett bra problem. Genom att identifiera problemen har vi sett möjligheter att skapa lösningar och staka ut vägen framåt.

Vår metod i framtagandet av de tio tipsen har varit dels att rådfråga medlemmar i ax medlemsorganisationer, dels att använda oss av våra egna erfarenheter av kulturorganisationer, samt läsning av och reflektion kring rapporten *Kultur Demokrati & Ung*, som gjordes av ax under 2009.

Tipsen är indelade i fem kategorier. Den första kategorin kallar vi ”**Strukturen**” och där finns råd som handlar om att förbättra en organisations struktur, för att på så sätt öka möjligheten till reellt inflytande. Den andra kategorins råd handlar om hur organisationens befintliga ledning kan utvecklas och göra sitt arbete både roligare och effektivare. Denna kategori har fått namnet ”**Vitalisera**”. I den tredje kategorin återfinns råd om hur organisationen kan ta vara på unga som en expertkompetens. Denna kategori kallar vi ”**Expertis**”. Den fjärde kategorin innehåller ett råd som pekar på vikten av att lära av allt bra som görs i en organisation. Vi kallar kategorin för ”**Succéhistorier**”. Den sista kategorin kallar vi ”**Värdegrund**” och den kan ses som fundamentet för alla tipsen. Här finns själva grundbulten för arbetet med ungdomsinflytande!

Det här är en gåva från oss till er. Förvalta den väl.

Vi önskar er mycket nöje!

December 2010
Ax Ungdomsråd

Strukturen

För informationen i tiden

Utmaningen – Det bra problemet

Detta råd handlar om hur information sprids inom organisationen. Utmaningen här är att se att informationsspridning handlar mycket om tillgänglighet – och att tillgänglighet i sin tur handlar väldigt mycket om *hur*. Hur får medlemmar möjlighet att följa vad som sker i organisationen? Hur kan medlemmar engagera sig i verksamheten? Vad finns det för möjligheter för enskilda medlemmar att komma med förslag och hur tas sådana förslag tillvara?

Vad innebär rådet?

Att arbeta ”för information i tiden” handlar om att skapa en öppen miljö där information och idéer sprids. Nyckeln i det här rådet är att informationsflödet samlas till en plats som är tillgänglig för den som söker information. Som komplement till att, så som ofta är fallet idag, skicka information till medlemmarna via post eller epost, är tanken att informationen samlas till en plats där medlemmarna själva kan söka den. Idén är att etablera en levande virtuell plattform där all information finns och där medlemmar också kan vara aktiva och lämna sina idéer och förslag.

Hur möter det utmaningen?

Att skapa denna plattform får till följd att organisationen sadlar om, från informationsspridning till informationskommunikation. Från en ensidig spridning (från organisationen till medlemmarna) till en ömsesidig kommunikation mellan organisation och medlemmar. Genom att presentera information i ett format som är mer tilltalande och inbjudande än ett mail och bygger på kommunikation mellan organisationen och medlemmarna kan inflytandet och engagemanget öka.

Vad gör vi?

Tanken är att utveckla en levande digital mötesplats, som möjliggör direkt tvåvägskommunikation mellan organisation och medlemmar. En plats där medlemmar kan se vad som är på gång, söka efter intressanta projekt eller aktuella organisationsfrågor och engagera sig i dem. Projekt som planeras kan publiceras, i ett format som gör det möjligt för medlemmar att kommentera och diskutera dem. Protokoll från till exempel styrelse- och arbetsgruppsmöten kan publiceras så att enskilda medlemmar lätt kan få tillgång till dem. Att skapa ett diskussionsforum där medlemmar också kan presentera, diskutera och tillsammans vidareutveckla sina egna idéer ger organisationen möjlighet att ta tillvara på de idéer som föds hos enskilda medlemmar.

Storma Normen!

Utmaningen – Det bra problemet

En organisation kan lätt uppfattas som trög och långsam för en ung person. Risken finns att lusten att göra saker hinner dö ut om det tar för lång tid att få en idé genomförd. Dessutom är det bästa sättet att engagera sig inte alltid att ta på sig en förtroendepost. Det behövs andra former för engagemang än de gängse.

Vad innebär rådet?

Den traditionella normen för engagemang i ideella organisationer behöver omprövas. Det måste finnas olika vägar till inflytande så att fler människor lockas att engagera sig. Detta kräver att organisationsledningen vågar släppa taget och öppna upp för nya engagemangsformer. Långvarigt engagemang som skapar kontinuitet och överblick behöver blandas med kortvarigt, projektbaserat engagemang. Detta för att bättre ta tillvara människors kreativitet och lust. Korta projekt kan vara ett bra sätt att engagera ungdomar, som då kan välja att engagera sig i specifika projekt som intresserar dem och under den tid som passar deras livssituation.

Hur möter det utmaningen?

Genom att ge plats för nya engagemangsformer kan fler lockas att aktivt driva organisationens verksamhet. Om medlemmarnas egna idéer kan fångas upp och snabbt omsättas till verklighet är chansen stor att den medlem som kommit med idén känner sig inspirerad och vill engagera sig. Och om medlemmar känner att de får snabb respons på sina förslag blir relationen mellan organisation och medlem levande.

Vad gör vi?

Att öppna upp för olika former av engagemang kan exempelvis handla om att bygga en verksamhet som huvudsakligen baseras på projekt. Tillfälligt sammansatta grupper av medlemmar ges möjlighet att driva idéer och arrangemang på kortsiktig basis. Organisationsledningen finns som en stöttande resurs, som bidrar med sin samlade erfarenhet och möjlighet till större överblick. För att denna typ av organisationsstruktur ska kunna bli verklighet behövs en struktur i ledningen för att fånga upp förslag från medlemmarna. Att utse en person som ansvarar för att ta emot förslag och ge direkt återkoppling kan vara ett sätt att börja.

En viktig del i detta är att skapa ett klimat där det är tillåtet att misslyckas. Ett projekt består av förberedelse, genomförande och uppföljning. Uppföljningen är viktig, då den leder till ny kunskap och i ljuset av den insikten är ett misslyckat projekt lika värdefullt som ett lyckat.

Före-Under-Efter

Utmaningen – Det bra problemet

De förtroendevalda i organisationen är få, i förhållande till det totala antalet medlemmar. Ofta upplevs ett slutet klimat ovanifrån där delaktighet i hela beslutsprocessen är ovanlig för de som befinner sig utanför den inre kretsen. Det är inte ovanligt att olika aktuella grupper involveras i delar av processen, till exempel genom att frågor ställs i ett inledande stadium (före), men därefter tar inflytandet ofta stopp. Öppenheten är sämre vad gäller själva beslutstagandet av ärendet (under), eller i återkoppling och resultatredovisning (efter.)

Vad innebär rådet?

”Före-under-efter” handlar om att komma ihåg att reellt inflytande sker i tre steg, så som rubriken antyder. Vad rådet vill skapa är ett öppnare klimat i arbetsprocesserna, där organisationens medlemmar ges möjlighet till insyn och inflytande i hela processen, från planering till utvärdering.

Hur möter det utmaningen?

Genom att ge organisationens medlemmar insyn i hela arbetsprocessen ges också möjlighet till reellt inflytande. Fler får möjlighet att vara delaktiga i organisationens arbete, arbetsbördan sprids och fler och nya vinklingar till idéer och lösningar möjliggörs. Tanken är att det i varje del av organisationens verksamhet ska finnas en plan för hur inflytande möjliggörs före, under och efter ett projekts genomförande.

Vad gör vi?

Organisationsledningen eller en aktuell arbetsgrupp gör en plan för hur inflytande möjliggörs i alla tre stegen. Skapa en processplan där planering, genomförande och uppföljning ges lika stor plats och vikt. Ge i denna processplan utrymme för att samla tankar, idéer och reflektioner från fler än bara den innersta kretsen (t.ex. genom att använda "10-personersprincipen", tips nr 5).

Vitalisera

Bygga på lust

Utmaningen – Det bra problemet

Grundbulten i ideellt engagemang bör vara lust. Alltför ofta blir dock ansvaret som följer med en maktposition betungande och lusten tappas bort. Om lusten förbyts till en känsla av plikt och tvång, blir det svårt att åstadkomma riktigt bra saker. Och om de förtroendevaldas anledningar att vara förtroendevalda i första hand bygger på känslan av plikt eller tvång, snarare än en lust att delta blir det svårt att förklara för någon annan varför den ska engagera sig.

Vad innebär rådet?

Lokalisera lusten! Rådet handlar om att inventera de förtroendevaldas drivkrafter, lust och anledningar till engagemang. Rådet går konkret ut på att de förtroendevalda, t.ex. ledamöterna i organisationens styrelse, besvarar ett antal frågor om sitt eget engagemang i organisationen.

Hur möter det utmaningen?

Genom att få en tydlig bild av hur balansen mellan lust och plikt ser ut kan de förtroendevalda skapa verktyg för att, om det behövs, öka på innehållet i "lustkontot". Dessutom skapas bra och trovärdiga argument för varför unga medlemmar borde engagera sig i organisationen. Målet är att hitta de anledningar till engagemang som de förtroendevalda upplever som *positiva*, och förstärka dem.

Viktigt att komma ihåg är att det inte nödvändigtvis finns någon motsägelse mellan lust och ansvar. Vad detta råd syftar till är att göra ansvaret som följer med en förtroendepost lustfyllt.

Vad gör vi?

De förtroendevalda ställer sig följande frågor:

- Vad är det roligaste/mest lustfyllda jag gör på min förtroendepost?
- Vad är det tråkigaste/minst lustfyllda jag gör på min förtroendepost?

- Hur ser balansen mellan roligt och tråkigt ut?
- Hur kan det bli möjligt för mig att göra mer av det roliga och mindre av det tråkiga?
- Hur kan det som jag upplever som tråkigt bli roligt?

Varje ledamot besvarar dessa frågor och i gemensamma samtal i styrelsen formas sedan förslag på hur lust kan bli fundamentet som styrelsens arbete vilar på.

De förtroendevalda genomför detta råd som ett utvecklingsprojekt, både för sin egen skull och för organisationens.

10-personersprincipen

Utmaningen – Det bra problemet

I många organisationer är det idag få av det totala antalet medlemmar som är engagerade på djupet. Ett litet antal människor får ett mycket stort ansvar och tung arbetsbörda. Konsekvensen blir att relativt få därför är involverade i idé- och beslutsprocesser. Detta råd vill uppmuntra till att på ett enkelt sätt bredda kunskapsbasen i organisationsledningen.

Vad innebär rådet?

De förtroendevalda kan snabbt inhämta medlemmars perspektiv genom att sprida en aktuell fråga, en projektidé eller annat tänkbart ärende till 10 personer som kan lämna kommentarer och på så sätt engagera sig i ärendet.

Hur möter det utmaningen?

Detta involverar fler, vilket leder till breddad delaktighet och mer tyngd i beslutsunderlaget då fler röster gjorts hörda. Dessutom kan det bidra till ett ökat engagemang och ökad spridning av arbetsuppgifter hos medlemmarna då fler blir mer insatta och delaktiga i verksamheten. Att använda 10-personersprincipen är ett sätt att öppna upp dörren till styrelserummet och visa att organisationsledningen är intresserad av vad medlemmarna tycker och tänker.

Vad gör vi?

Varje förtroendevald kopplar in en spontan referensgrupp på ca tio personer kring en beslutsfråga, eller i utvecklingen av en idé, via mail/telefon/personliga möten. Syftet ska vara att samla in röster från organisationen om det specifika ämnet.

Det goda mötet

Utmaningen – Det bra problemet

Det finns många sätt att mötas och olika problem eller behov i organisationen kräver olika mötesstrukturer. Ofta finns dock en väl etablerad form för formella möten som ser likadan ut oavsett vad det är som ska avhandlas. Det vill säga, exakt samma metod (mötesform) används för en mängd olika behov. Detta kan göra mötena ineffektiva och ibland till och med kontraproduktiva.

Vad innebär rådet?

Det finns stora poänger med att anpassa mötesformen efter vad som ska avhandlas, både för att öka effektiviteten och produktiviteten och för att göra formella möten

roligare. "Det goda mötet" handlar om att tillåta sig att experimentera med olika mötesformer genom att samla idéer, prova dessa idéer och utvärdera vad de gav.

Hur möter det utmaningen?

Målet är att vitalisera styrelsens arbete och göra de formella mötena skarpare, effektivare och roligare.

Vad gör vi?

Varje styrelseledamot får i uppgift att:

- 1) Ge tre förslag på mötesplatser som skiljer sig från den plats/typ av plats där ni oftast möts.
- 2) Ge tre förslag på mötesstrukturer som skiljer sig från den ni vanligen använder.
- 3) Ge tre förslag på dokumentationsformer som skiljer sig från den ni brukar använda.

Idéerna provas i styrelsen (våga vara lite galna!). Därefter gör styrelsen tillsammans en utvärdering av de idéer som provats. Utvärderingen går ut på att fråga sig vilka idéer som passade bra ihop med vilka typer av frågor. Det vill säga: när blev mötesformen, mötesplatsen och dokumentationsformen effektiv och berikande i förhållande till mötets innehåll?

Expertis

Våga vara modig

Utmaningen – Det bra problemet

Utmaningen i detta råd är att våga släppa på gamla vanor och rutiner. Det handlar om att ta vara på och lära av ungdomars idéer och tankar, att se att unga människor kan tillföra ytterligare perspektiv som berikar organisationen på alla plan. De är i sanning en expertkompetens som organisationen behöver ta vara på. Modet ligger i att våga prova idéer som aldrig provats förut, att våga satsa på något nytt utan att veta på förhand om det kommer att fungera.

Vad innebär rådet?

I grund och botten handlar detta råd om att nyttja alla medlemmars kunskaper och erfarenheter. Den erfarna och oerhört kunnige "organisationsräven" har ofta "kunskapsövertaget" i relationen med den unge medlemmen, men ibland måste de erfarna våga vara elever och låta ungdomarna vara lärare. Den gamla föreställningen om att unga människor är entusiastiska men okunniga måste omprövas så att det blir tydligt att *även* ungdomar har kunskaper som organisationen behöver. Att, som förtroendevald våga släppa loss makten och släppa in nya idéer öppnar för oanade möjligheter.

Hur möter det utmaningen?

Genom att i större grad involvera unga i organisationen erbjuds möjligheten att få med ytterligare perspektiv.

Vad gör vi?

Konkret handlar rådet om att organisationens förtroendevalda ger sig ut i föreningarna och tar kontakt med ungdomarna. Att "ge sig ut" kan tolkas bokstavligt eller bildligt. Ett sätt kan vara att verkligen åka ut i föreningar med livaktig ungdomsverksamhet. Ett annat sätt kan vara att starta ett ungdomsråd som får komma med nya idéer och erbjuda nya sätt att tänka på.

För att detta råd ska få någon genomslagskraft är det viktigt att ställa frågor man verkligen vill ha svar på, samt att *veta vad man undrar*. Ett bra sätt att få reda på vad man undrar är att identifiera ett "bra problem" (exempelvis en lucka i styrelsens samlade kompetens, en del av verksamheten som fungerar dåligt osv.), och formulera frågor med detta som utgångspunkt.

Ung marknadsföring

Utmaningen – Det bra problemet

Många organisationer upplever svårigheter i att knyta nya unga medlemmar till sig. Det är svårt att nå ungdomar på traditionella sätt och det råder brist på nya idéer.

Vad innebär rådet?

Rådet går ut på att låta ungdomar som redan finns i organisationen ta fram förslag på en marknadsföringskampanj. Om unga människor är målgruppen behöver marknadsföringen utformas så att den når dem.

Hur möter det utmaningen?

Genom att den tänkta målgruppen tillfrågas blir chansen att nå fram med marknadsföringen större.

Vad gör vi?

Samla unga medlemmar till ett idémöte för en ny marknadsföringskampanj för organisationen. Låt dem berätta var de söker information och hur de gör för att lättast kontakta varandra. Var söker de vilken typ av information och hur är information som väcker deras intresse utformad? Första steget är att alltså att fråga dem det gäller, och utifrån detta bygga strategier för marknadsföring.

Succéhistorier

Styrkebanken

Utmaningen – Det bra problemet

Mycket av verksamheten i organisationen sker på lokalt plan, avskärmat från verksamhet på andra platser. Varje lokalförening stretar på med sina projekt och kan känna en ensamhet i detta.

Vad innebär rådet?

Goda exempel på väl fungerande verksamhet bör i större utsträckning spridas. Bra samarbeten och lyckade lösningar bör visas upp. Framgångshistorierna bör göras synliga för att fungera som tips på goda idéer och möjligheter.

Hur möter det utmaningen?

Genom att använda detta råd kan organisationen som helhet i större grad nyttja befintliga kvaliteter och styrkor. Goda exempel fungerar som ögonöppnare för nya lösningar och arbetssätt och kan motverka att varje nytt projekt börjar med att ”uppfinna hjulet”.

Vad gör vi?

Förtroendevalda, en fokusgrupp eller arbetsgrupp skapar ett forum där goda exempel kan presenteras. Ett sådant forum kan exempelvis utgöras av en fysisk mötesplats, (ett föreningsmöte eller likande) eller en virtuell inspirationsbank (t.ex. en hemsida). Att till exempel presentera ”månadens succéhistoria” eller ”månadens inspiratör” på organisationens hemsida kan vara ett sätt att belysa bra saker som görs.

Skapandet och drivandet av detta forum kräver att man kontakter initiativtagare till lyckade projekt och att en efterlysning av genomförda framgångskoncept kontinuerligt görs i organisationen.

Värdegrund

Mål eller medel

Utmaningen – Det bra problemet

Ett problem i många organisationer är att beslut tas över de ungas huvuden. Ungdomsinflytandet ses som ett mål, med ett egenvärde, snarare än som ett medel, ett verktyg. Att ungdomsinflytande är bra kan nog de flesta hålla med om men *varför* det är bra behöver formuleras tydligare. Bristen på insikt om att unga medlemmar är en resurs och att organisationen behöver deras kunskaper och erfarenheter för att utvecklas leder till att man ofta pratar *om* unga, snarare än *med* dem. Bristen på förståelse för att unga kan vara en viktig resurs i organisationen leder till en segregering ”vi och domattityd”. Mötet mellan generationerna är inte klockrent.

Vad innebär rådet?

Tanken är att de förtroendevalda ger sig tid att fundera över *varför* ungdomsinflytandet är viktigt och hur organisationens mål kan förverkligas med hjälp av det.

Hur möter det utmaningen?

Genom att se unga människor som en resurs kan organisationen, i enlighet med barnkonventionen och Sveriges ungdomspolitiska mål, ge alla medlemmar samma rätt till inflytande och påverkan. Resultatet blir en mer demokratisk rörelse och bidrar till en verksamhet som tilltalar fler.

Vad gör vi?

Identifiera de mål som ökat ungdomsinflytande kan vara ett medel för att uppnå. Tydliggör inom organisationen *varför* ökat ungdomsinflytande är viktigt.

Författarna

Vi som samlat in och sammanställt dessa tio tips är: Malin Bekkebråten, Johanna Börjesson, Charly Wassberg Borbos, Sus Svanberg och Erika Lindqvist. Stor hjälp har vi haft av unga medlemmar i våra respektive organisationer. Vi vill också rikta ett stort och varmt tack till Maja Frankel på Frankel & Friends för ovärderlig processledning!

Kontaktuppgifter

Erika: erika.i.lindqvist@gmail.com

Charly: charly@atr.nu

Johanna: johanna672@hotmail.com

Malin: malin.bekkebraten@hemslojden.org

Sus: susannanas@gmail.com