

Vad tycker du är viktigt?

Klimatet är en av de viktigaste frågorna i vår tid. Alla måste göra vad de kan för att stoppa klimatkrisen - även vi. FN-förbundet kommer därför att ha klimatfrågan som en av våra prioriterade frågor framöver och vi vill börja med att veta vad DU tycker är viktigt!

Era svar kommer att hjälpa oss att forma vårt arbete! Det här är därför en unik möjlighet för er att påverka vårt arbete för klimatet konkret! Utforma en kampanjplan kring hur ni skulle vilja se att FN-förbundet ska lyfta klimatfrågan.

INNAN NI SÄTTER IGÅNG!

- Arbeta själv eller i grupp om fyra personer.
- Läs först igenom hela dokumentet för att få en överblick över arbetsprocessen!
- Samla kampanjplanen på en A4 sida.
- När idén är klar skickar du in den till oss, fyll i vårt formulär på fn.se/klimatarbete.

STEG 1. LÄS PÅ!

Innan ni börjar läs på om vad en kampanj och vad påverkansarbete är. Se [Westanders PR-handbok](#) och vår inspirationsguide [Påverkansarbete för en bättre värld](#) om hur man arbetar med att påverka politiker. Inläsningen kommer ge er en bra bakgrund till hur man kan skapa riktigt grymma kampanjer och hur ni kan påverka era politiker för att få förändring!

STEG 2. BRAINSTORMA - VAD VILL VI FÖRÄNDRA?

Börja med att besvara vilken fråga du eller din grupp tycker är viktigast när det kommer till klimatet.

Valet av ämne och avgränsningen av det påverkar hur kampanjen kommer att se ut. När ni väljer det ämne som är viktigast för er är det bra att tänka på saker så som:

- Vilka klimatfrågor är aktuella idag?
- Vilka områden är ni mest intresserade av?

Exempel: Att få folk att äta mindre kött, minska avverkningen av skog, skydda haven, beskatta utsläpp högre.

STEG 3. VÄLJ MÅLGRUPP - VILKA VILL VI PÅVERKA?

När ni valt en fråga behöver vi veta om den går att påverka. Tänk ut vem som behöver påverkas för att det ska gå att få en förändring i frågan. När ni gjort det kan ni se om det är någonting ni tror går att påverka. Om ni inte kan besvara vem som ska påverkas och om ni inte tror den går att påverka behöver ni gå tillbaka till steg ett och formulera en fråga som uppfyller de kriterierna.

- Vilka är personerna med makt inom området ni valt?
- Genom vilka kanaler kan vi nå dessa personer?

STEG 4. KONKRETISERA - VILKET ÄR VÅRT MÅL?

Ni har börjat formulera första delen i ett mål och nu är det dags för er att konkretisera och avgränsa. Gör det genom att kolla att målet uppfyller följande kriterier:

Specifikt: Målet ska vara tydligt formulerat. Det ska inte kunna misstolkas.

Mätbart: Det ska gå att se om vi lyckats nå målet eller inte.

Attraktivt: Målet ska vara motiverande och engagerande.

Realistiskt: Det ska vara möjligt att uppnå målet.

Tidsbundet: När ska målet vara uppnått?

STEG 5. UTFORMA KAMPANJEN

Det här är den roligaste biten där bara fantasin sätter gränserna. Utformningen av kampanjen ska naturligtvis syfta till att nå målet som ni redan formulerat, men vägen dit kan se ut på många olika sätt! Det kan exempelvis ske genom att väcka uppmärksamhet på sociala medier, genom traditionell media eller genom att prata med politiker. Med andra ord - vad som helst som syftar till att nå målet med kampanjen! Fundera på hur ni visuellt och retoriskt kan väcka känslor.

För att konkretisera planen underlättar det att avgränsa idén:

- Vilket format ska kampanjen vara i?
Till exempel; foto, film, text, tal, fysiska manifestationer, publika konstverk.
- Vilken plattform/kanal vill ni använda?
Till exempel; sociala medier, TV, radio, fysiska mötesplatser.

YTTERLIGARE ASPEKTER NI KAN HA I ÅTANKE

Ni kan också fundera vidare kring nedanstående punkter för att vägleda er i ert arbete:

Om eran kampanjidé innebär att ni ska skapa något visuellt:

- Vilket motiv väcker intresse/uppmärksamhet?
- Vilken typ av känsla eller stämning vill ni uppmana till?
- Hur kan ni använda er av exempelvis färg och form för att lyckas med detta?

Om eran kampanjidé innebär att ni ska presentera något i text eller tal:

- Vad vill ni säga till mottagaren?
- Vilken kunskap har målgruppen inom området - vad behöver ni berätta för dem?
- Hur kan ni skapa intresseväckande formuleringar?
- Hur kan ni göra budskapet så tydligt och koncist som möjligt?
- Vilket tynsnitt förmedlar bäst den känsla ni vill åt?

Tips! Oftast ger positiva budskap större framgång än negativa.

STEG 6. SKICKA IN ER KAMPANJIDÉ

Bra jobbat och lycka till! Skicka in kampanjidén genom att fylla i formuläret på fn.se/klimatarbete

