

MED UNGDOM SOM RESSURS



Redaktør: Ungdom og Fritid v/ Marit Bredeesen og Ida Schmidt

Illustrasjoner: Frode Skaren / byHands

Design og grafisk produksjon: Involve.no

Foto: Aktivitetshuset VOLT/ Stian Eriksen



UNGDOM OG FRITIDS MEDVIRKNINGSHÅNDBOK

*Boken er et resultat av et prosjekt i regi av
Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk.*

*Prosjektet er støttet av LNU kultur og
Sparebankstiftelsen.*

Prosjektleder: Marit Bredeesen

Prosjektmedarbeider: Henriette Øyan



Utgever:

Ungdom og Fritid
Landsforeningen for fritidsklubber og ungdomshus
Postboks 9024 Grønland
0133 Oslo
Tlf: +47 22 05 77 00
Dir: +47 48 31 52 83
post@ungdomogfritid.no
www.ungdomogfritid.no

TAKK TIL

Vi har gjennom et år jobbet med metodeutvikling sammen med en ekspertgruppe fra prosjektet «Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk». Linda Huuse Johansen fra Aktivitetshuset Volt ble valgt til koordinator på vegne av ekspertgruppen, hun har vært med å samle inn praktiske eksempler og skrive boken sammen med Ungdom og Fritid.

Disse har bidratt til innholdet i boken:

- Audiator Studio i Tromsø
- Erling Solvang – leder for Audiator Studio
- Samsen Kulturhus i Kristiansand
- Tom Andreas Kristensen - fagkonsulent med ansvar ung kultur og UKM Kristiansand
- Interkultur i Drammen
- André Ruud - avdelingsleder Fritid/Interkultur i Drammen
- Ungdommens kulturhus G60 i Drammen - Sadi Emeci, leder Ungdommens kulturhus G60
- Radar kulturhus i Asker
- Nicolas Salvesen – leder for Radar kulturhus i Asker
- Aktivitetshuset Volt i Lørenskog
- Linda Huuse Johansen - leder for Aktivitetshuset Volt - Stian Eriksen - ansvarlig Volt musikk
- Volt festivalskole i Lørenskog
- Marie Løvgren Stenersen - festivalskolerektor for Volt festivalskole

- Carbon Fritidsklubb i Stjørdal
- Heidi Beitland - klubbarbeider Carbon Fritidsklubb og veileder ungdomsråd i Stjørdal
- ISAK Kulturhus for ungdom i Trondheim - Trine Arntzen - ansvarlig arrangør på ISAK Kulturhus og UKM ansvarlig i Trondheim
- Kalbakken Fritidssenter i Oslo
- Rune Madsen - leder Kalbakken Fritidssenter
- Hamna Fritidsklubb i Oslo
- Siv Janna Glømmi – styremedlem Ungdom og Fritid og Rockslo, ansvarlig Hamna Kultur

Vi har i tillegg fått praktiske eksempler fra X-ray Ungdomskulturhus og Trosterudklubben i Oslo og Parken Ungdomsklubb i Dokka, Nordre Land kommune.

Ungdom og Fritid har samarbeidet tett med Norske konsertarrangører og brukt deler av deres materiell i delen som omhandler unge arrangører. Videre har det vært en naturlig kompetansedeling med UKM fordi mye av denne kompetansen finnes blant våre medlemmer. En stor andel av landets fritidsklubber og ungdomshus er med å arrangere UKM lokalt. Norges fritidsklubber gjør en viktig jobb med å rekruttere et kultur mangfold til UKM gjennom deres faste tilbud.

UNGDOM OG FRITID

Ungdom og Fritid er en demokratisk barne- og ungdomsorganisasjon for brukere, ansatte og frivillige i kommunalt støttede fritidsklubber, ungdomshus og lignende åpne møteplasser. Ungdom og Fritid skal påvirke og utvikle rammebetingelser for oppvekst, og jobbe for at alle barn og unge selv får bestemme over egen fritid. Våre medlemmer har mange navn: Fritidsklubb, ungdomshus, kulturhus for ungdom, fritidssenter, aktivitetshus. Vi bruker samlebetegnelsen åpne møteplasser for ungdom. Over 600 åpne møteplasser for ungdom fra hele Norge, fordelt på alle fylker, er medlem i Ungdom og Fritid.

UNGDOM OG FRITIDS ARRANGØRFABRIKK

Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk skal styrke arbeidet med unge arrangører ved å strukturere og samkjøre kompetanse blant de som jobber med ungdom og kultur. Dette er et nasjonalt nettverk for unge arrangører og ungdomsarbeidere i regi av Ungdom og Fritid. Dette nettverket skaper rom for nye møte-plasser og erfaringsutvekslinger på tvers. Resultatet er denne håndboken for ungdomsarbeideren. Arrangørfabrikken jobber nå med å samle den kunnskapen som ungdom selv sitter på i en håndbok, for og med ungdom som arrangører.

Bakgrunnen for innholdet i håndboken er erfaringsbasert kunnskap samlet inn fra et utvalg klubber og ungdomshus i Norge

METODEUTVIKLING

BAKGRUNN FOR BOKEN

Fritidsklubbene og ungdomshusene tilbyr en trygg og inkluderende arena for all ungdom, en åpen møteplass. De åpne møteplassene legger til rette for at ungdom skal få mulighet til å utvikle seg selv og oppleve mestring.

Fritidsklubbene i Norge har en lang tradisjon for å jobbe med ungdomsmedvirkning. Fritidsklubbene og ungdomshusene er ungdommens sted. De har en unik posisjon som bindeleddet mellom det sosialfaglige og kulturfaglige, deres metodikk er både forebyggende og kulturbyggende. Et viktig perspektiv er at ungdom har rett til et selvstendig kulturliv. De fleste kulturarenaene vi har er tilrettelagt for voksne, av voksne.

Fritidsklubber tilbyr en arena for kultur som passer til ungdoms preferanser, og som er et alternativ til den kommersielle kulturen. Her kan ungdommen være publikum, artist eller arrangør og få dyrke sin interesse. Her skapes ungdomsinitierte aktiviteter, prosjekter og arrangementer i stor skala, noe Ungdom og Fritid støtter gjennom forvaltning av Frifond. De åpne møteplassene er både en visningsarena og en øvingsarena for ung kultur. Her har ungdom tilgang på utstyr og veiledning gjennom hele året.

Ungdom og Fritid gjennomførte i 2016/2017 en klubbundersøkelse og der ser vi at en stor andel av de åpne møteplassene medlemmer har lokaler tilpasset konsertvirksomhet og øving (bandrom, studio osv). Klubbundersøkelsen viser at 70% av klubbene er organisert under fagområdet for «kultur» i kommunene. Videre har 80% av klubbene tilbud innenfor

musikk, sang eller teater på klubben. 60% arrangerer større konserter og forestillinger i løpet av året, med ungdom som premissleverandør og arrangører. I tillegg til dette er 50% av våre medlemmer arrangører av de lokale UKM-mønstringene, mens 70% oppgir å ha et samarbeid med UKM. Fritidsklubbene er altså en viktig bærebjelke i det unge kulturlivet.

De åpne møteplassene en viktig kulturarena som brukes av det brede lag av ungdom. Her legges det til rette for at ungdom kan utvikle og skape kulturuttrykk på egne premisser.

ERFARINGSUTVEKSLING MED MEDLEMMER

Ungdom og Fritid representerer de åpne møteplassene. De har eksistert i over 60 år, og blant Ungdom og Fritids rundt 600 medlemsklubber sitter det mye kompetanse i veggene. Ungdom og Fritid har jobbet systematisk med å kartlegge hvilke medvirkningsverktøy ungdomsarbeiderne bruker i deres møte med ungdom. Dette har vi gjort gjennom prosjektet "Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk". Der har vi samlet, strukturert og samkjørt kompetanse både innad i eget felt og blant andre nasjonale kulturorganisasjoner som jobber med ungdom.

Høsten 2016 samlet vi en nøye utvalgt ekspertgruppe med medlemmer fra ulike deler av landet. Denne gruppen jobbet sammen med å utvikle metodikken du snart vil ta et dyppdykk i. I sammensetningen av gruppen har vi vektlagt å belyse de ulike

ansvarsområdene og utfordringene man møter som ungdomsarbeider. Flere av ekspertene er ledere på ulike nivå, fra kreative ledere på ulike faglige områder til enhetsledere. Ekspertene har oppnådd gode resultater i deres arbeid med ungdomsmedvirkning, til tross for store regionale forskjeller og lokale forhold. Til felles har de at de jobber metodisk med ungdomsmedvirkning og at de satser på unge arrangører gjennom hele året som et fast tilbud. Flere av ekspertene har vært med på større snuoperasjoner hvor de har klart å skape et enormt engasjement hos ungdommen, de har lyttet til ungdommens ønsker og sammen utviklet prosjekt som har gitt gode lokale ringvirkninger.

Ekspertgruppen har delt erfaringer og bygget kompetanse sammen gjennom et år. Ekspertene våre har jobbet med å kartlegge fellesnevnerne og suksessfaktorer for ungdomsmedvirkning. Sammen har de forsøkt å sette ord på hvordan ungdomsarbeideren jobber med ungdomsmedvirkning, den tause kunnskapen og den gode praksisen. De har diskutert, systematisert tanker, jobbet med modeller, visualisert ideer og delt historier i jakten på gode verktøy for ungdomsmedvirkning.

ARBEIDSMETODE

I arbeidet har vi brukt ulike metodiske tilnæringer, blant annet YO-PRO metodikk (se faktaboks side 47). Dette er en metode vi har god erfaring med i forskningsprosjekter og i tidligere opplæringsprogram. For å komme frem til felles metodikk har ekspertgruppen jobbet med oppgaver i forkant og etterkant av hvert møte. Under møtene har man vektlagt gruppearbeid, erfaringsutveksling, plenumsdiskusjoner og skriftlig arbeid. Ungdom og Fritid har loggført møtene, ledet gruppen og samlet kompetansen.

ÅPNE MØTEPLASSER

Åpne møteplasser for ungdom er en rusfri arena som retter seg mot all ungdom mellom 10 og 18 år, noen ganger helt opp til 25 år. Felles er at de er kommunale eller kommunalt støttet, brukerstyrt og åpne for alle. De stiller ikke krav til brukerne når det gjelder ferdigheter, kunnskap, religion, økonomi og liknende. På de åpne møteplassene skal ungdommene selv være med å bestemme. Dette er ofte en av de første arenaene hvor barn og unge møter demokrati i praksis.

OPPBYGGING AV BOKEN

Boken består av to deler, en metodisk del om ungdomsmedvirkning (DEL 1) og en praktisk del om arbeid med unge arrangører (DEL 2).

DEL 1: Medvirkningsmetodikk - omhandler metode for medvirkning. Boken legger vekt på en kombinasjon av teori og praktiske eksempler. Hvert kapittel er bygd opp med en kort introduksjon, innføring i teorien, et praktisk eksempel med analyse, kapitteloppsummering og praktiske tips.

DEL 2: Arbeid med unge arrangører – omhandler våre anbefalinger til hvordan du praktisk bør tenke og jobbe når du skal lage arrangementer for, av og med ungdom. Del 2 er bygget opp rundt konkrete tips og refleksjoner, samtidig som du får en innføring i spesielt viktige tema som arrangørteknikk, booking og søknadskrivning. Til slutt finner du noen praktiske eksempler i vedlegg



FORORD

Helt siden ungdommene danset og rocket på den første fritidsklubben i 1953, har klubbene dyrket frem ressurser i ungdom. Ungdomsarbeideren møter ungdom på deres premisser og de tar ungdom på alvor. Gjennom metodisk arbeid med medvirkning er ungdomsarbeideren unik i fagmiljøet som jobber direkte med ungdom.

Denne håndboken handler om nettopp dette: Hvordan ungdomsarbeideren jobber metodisk med ungdomsmedvirkning og ressursutvikling. Vi har vi satt lupen på hvordan ungdomsmedvirkning fungerer best i praksis gjennom å lytte til og lære av våre medlemmer. Ungdom og Fritid vil med dette bygge opp under det gode arbeidet som gjøres hele året på landets klubber for å gi feltet et velfortjent løft.

Denne håndboken kan brukes av alle som jobber med ungdom og ung kultur. Dere kan bruke den direkte inn i deres arbeid som et arbeidsverktøy, både som et praktisk oppslagsverk og som en inspirasjonskilde. Boken gir en grunnleggende innføring i vår medvirkningsmetodikk, og dersom du ønsker å lære mer finner du tips til aktuelle teorier og kurs som dere kan bygge videre på.

Som ungdomsarbeider er du en del av Ungdom og Fritids nasjonale kompetansenettverk. Vi representerer den nest største fritidsarenaen for ungdom etter den organiserte idretten (Ungdata 2016). Vi har 600 medlemmer fordelt på alle fylker, fra Nordkapp til Lindesnes. I denne håndboken har vi samlet god praksis fra våre medlemmer til en metodikk. Gjennom dette arbeidet har vi også jobbet med å etablere et felles faglig språk slik at det blir lettere å dele erfaringer og få satt fokus på deres arbeid. Vi vet at fritidsklubber og ungdomshus i Norge har stor variasjon i rammevilkår og driftsmidler. Vi ser at våre medlemmer har en styrke i at de jobber med ungdomsmedvirkning som en del av sitt faglige fundament. Håndboken vil gjøre det enda lettere å finne inspirasjon og løsninger slik at ungdomsarbeidere skal kunne arbeide godt med å løfte frem ungdommens styrke og potensiale.

I håndboken vil du finne en rekke tips og råd du kan ta med deg inn i ditt daglige arbeid med ungdomsmedvirkning. Her kan du lese mer om hvordan dere kan bruke medvirkning som et effektivt verktøy for relasjonsbygging med ungdom, og mellom ungdom. Vi skal gå inn på rollen som ungdomsarbeider, hvordan du enkelt kan tilrettelegge for at ungdom føler seg sett og inkludert. Vi tar for oss hvordan du kan jobbe med medvirkning ved å tilrettelegge for at ungdom får roller som unge arrangører og unge ledere. Boken vil vise hvordan man gjennom medvirkning kan bygge opp gode miljøer på tvers av ungdomsgrupper.

Vi håper boken fremstår som enkel og morsom å lese, at den inspirerer deg i hverdagen, men først og fremst at du får konkrete tips til hvordan du kan jobbe med å øke medvirkningen i ditt lokalmiljø.

*Lykke til videre med ditt viktige arbeid!
Ungdom og Fritid, 2017*

INNHOOLD

OM BOKEN	8	6. OVERBLIKK	76
UNGDOMSARBEIDEREN	10	Åpne møteplasser for ungdom i Norge de siste 60 årene	76
		Den norske modellen	76
		Potensielle samarbeidspartnere	77
DEL 1 MEDVIRKNINGSMETODIKK	14	7. AVSLUTNING DEL 1: MEDVIRKNINGSMETODIKK	82
1. INTRODUKSJON	17	DEL 2 ARBEID MED UNGE ARRANGØRER	84
2. RELASJON	21	1. INTRODUKSJON	87
Inkludering	21	2. ARENAEN: DEN ÅPNE MØTEPLASSEN	91
Det første møtet	22	Lokaler	91
Hva er effekten av den gode relasjonen?	24	Arrangørene	92
Å bygge relasjon mellom ungdom	24	Frivillig ungdom	94
Relasjonsarbeid	27	3. BOOKING	96
Praktisk eksempel: Fra gratis pizza til et fagmiljø	28	Hva bør du tenke på når du booker for og med ungdom?	96
Analyse av praktisk eksempel	29	Kombinasjonen profesjonell artist og lokale supportband	96
Oppsummering av <i>relasjon</i>	30	4. PROFIL OG PR	99
3. RESSURS	33	Arrangementsplakaten	99
Ungdomsmedvirkning	33	Ungdomstid er pre-voksensid	99
Ungdom som ressurs	37	Spons, samarbeidspartnere og troverdighet	100
Praktisk eksempel: Fra deltaker til ambassadør	43	Mediedekning	100
Analyse av praktisk eksempel	44	5. ØKONOMI	103
Demokrati på åpne møteplasser	46	Søknadsskriving	103
Oppsummering av <i>ressurs</i>	50	Øversikt over støtteordninger	104
4. RELEVANS	53	6. PRAKTISK AVVIKLING	111
Rammer – det satte rammeverket	56	Roller under avvikling	111
Drift – handlingsrommet ditt	56	Sikkerhet	112
Arena – der det hele utspiller seg	60	AVSLUTNING AV DEL 2: UNGE ARRANGØRER	115
Praktisk eksempel: Ungdomsmiljøet på ungdomskulturhuset Radar	61	VEDLEGG TIL HÅNDBOKEN	116
Analyse av praktisk eksempel	62	LITTERATURLISTE	144
Praktisk eksempel: Prosjektet «VOLTAGE»	63		
Analyse av praktisk eksempel	64		
Praktisk eksempel: «Ung Leder» – der forskjeller blir en styrke	67		
Analyse av praktisk eksempel	68		
Oppsummering av <i>relevans</i>	70		
5. OPPSUMMERING AV MEDVIRKNING SOM METODE: RELASJON, RELEVANS OG RESSURS	72		

OM BOKEN

Kjære ungdomsarbeider. Du med verdens viktigste jobb. Du som kanskje står i usikkerhet hver eneste budsjettforhandling, du som jobber knallhardt for å bli tatt med på råd i tverrfaglige forum, du som tar med deg jobben hjem litt for ofte, du som aldri har følt deg direkte overbetalt, du som bygger unike relasjoner til ungdom, du som kan samle flere hundre ungdommer under samme tak på klubben en fredagskveld fordi de har lyst til å være der, du som kunne trenge en større stillingsprosent, du som gjerne skulle hatt flere kolleger, du som lytter til ungdom og lar de ta plass.

Denne boken er til deg.

De fleste tror de vet hva et ungdomskulturhus eller en fritidsklubb er. Hva vi gjør, hvordan vi gjør det og hvorfor vi finnes. Både du og vi vet at det vi gjør er viktigere enn selve aktiviteten. Det handler om praten etterpå, inkluderingen, miljøbyggingen og relasjonene som knyttes.

Ungdomsarbeiderne er spesialister på ungdom og de ansatte på fritidsklubbene er spesialister på ungdomsmedvirkning. Ungdomsarbeideren har et viktig samfunnsansvar, de er med å trene opp og løfte frem ungdommens stemme. Ungdomsarbeiderne dyrker ressurser og bygger relasjoner. På ungdomshusene lærer ungdom å ta ansvar gjennom aktiviteter og arrangement, og de er selv med og setter premissene.

I og med at ungdomsmedvirkning er en sentral del i fritidsklubbens tilbud, er det naturlig at fritidsklubbene tilpasser seg ungdomsmiljøene der de ligger. De fleste har klubbstyret, allmøter eller ad hoc-utvalg. Det er ungdommene selv som bestemmer innholdet. Derfor vil noen fokusere på hiphop, break og rap, andre har mediegrupper. Noen er eksperter på dataspill og arrangerer LAN, andre driver med skating eller har motorklubb. Det finnes også fritidsklubber som ikke er aktivitetsdrevet, men som er et sted hvor ungdommer kan komme og være sammen. Et fristed å være uten krav eller forventninger, med en ungdomsarbeider å snakke med hvis behov.

Du som ungdomsarbeider har førstehånds tilgang på ungdomskulturen. På fritidsklubben kan ungdommen være alt fra artister og arrangører til PR-sjefer hvis det er det de ønsker å være. Det finnes flere klubber som har utarbeidet metoder for å involvere ungdommene i det lokale kulturarbeidet på en måte som ikke bare har løftet miljøet på klubben, men også det lokale ungdomsmiljøet. I denne håndboken kan du lese mer om disse metodene slik at dere som ønsker å få bekreftet måten dere jobber på, eller trenger ny inspirasjon og ny giv for å jobbe med ungdomsmedvirkning, skal få nettopp dette. Vi vet at mange har beskrevet medvirkningsarbeid med ungdom før, men ingen har skrevet direkte til ungdomsarbeideren på åpne møteplasser.

Vi har fire målsettinger med boken. Disse skal hjelpe deg med å ta den plassen du fortjener og gjøre hverdagen din enklere.

- **Løfte anseelsen til fagområdet for profesjonelt ungdomsarbeid på åpne møteplasser**

Ungdomsarbeidere mangler en felles plattform gjennom et fagmiljø og en fagutdanning. Dere kommer fra «alle kanter». Dere er sosionomer, kulturprodusenter, barne- og ungdomsarbeidere, lærere, teaterpedagoger, praktikere, ufaglærte m.m. Dette er både en styrke og en svakhet. Manglende lovfesting av fritidsklubber og ungdomshus gjør at vi i fellesskap må klare å løfte feltet slik at jobben dere gjør blir anerkjent, relevant og at dere får den plassen dere fortjener i det tverrfaglige samarbeidssystemet.

- **Kunnskapsdeling**

Vi vil at alle fritidsklubber og ungdomshus i Norge skal utnytte sitt unike potensiale. Man lærer alltid mye av hverandre, og få ideer er nybrottsarbeid. Vi ønsker å oppfordre dere til å lære av hverandre, og ikke minst hente ideer fra eksemplene i denne boken og tilpasse disse til egen klubbhverdag.

- **Praktiske verktøy**

Vi har etter beste evne forsøkt å systematisere kunnskap om medvirkning og gjøre den praktisk og tilgjengelig. I hvert kapittel finner du en tipsboks - denne skal gi deg praktiske verktøy og knagger å henge informasjonen på. Eksemplene er hentet fra arbeidsgruppens respektive klubber og ungdomshus og er analysert på en slik måte at det skal være mulig å forstå mekanismene bak resultatet, refleksjonene og tilretteleggingen.

- **Et felles begrepsapparat**

Vi forsøker med denne boken å etablere et felles begrepsapparat som beskriver den jobben vi gjør. Denne boken forsøker å finne en fellesnevner for alle ungdomsarbeidere uavhengig av faglig bakgrunn. Vi har derfor utviklet en modell som beskriver ungdomsarbeid og ungdomsarbeideren slik det ser ut når man jobber godt med medvirkning.

Ungdomsarbeideren jobber med å se potensialet i andre mennesker, og legge til rette for at de skal se dette selv.

UNGDOMSARBEIDEREN

Som ungdomsarbeider er du unik i din rolle. Ungdomsarbeideren møter ungdom på deres premisser. Alt baserer seg på at initiativet ligger hos ungdommene. Når man jobber som ungdomsarbeider tar man fritiden til ungdom på alvor og skaper rom for at ungdom kan ta ansvar, få utfordringer og erfare mestring. På en ungdomsklubb vil ungdom oppleve mestring uten press fra de organiserte aktivitetenes fastsatte ramme. En godt drevet fritidsklubb med medvirkning som metode, lar ungdommene gå foran og veileder der de etterspør råd og tilbakemelding.

Ungdomsarbeidere praktiserer og legger til rette for ikke-formell og uformell læring på de åpne møteplassene. Profesjonelt ungdomsarbeid på åpne møteplasser er basert på pedagogiske tilnærminger, og målet med arbeidet er å oppmuntre ungdom til selvstendighet og myndiggjøring. Samtidig skal deltakelse på de åpne møteplassene styrke ungdommenes evne til kritisk å vurdere sin egen situasjon i relasjon til andre aktører og samfunnet for øvrig.

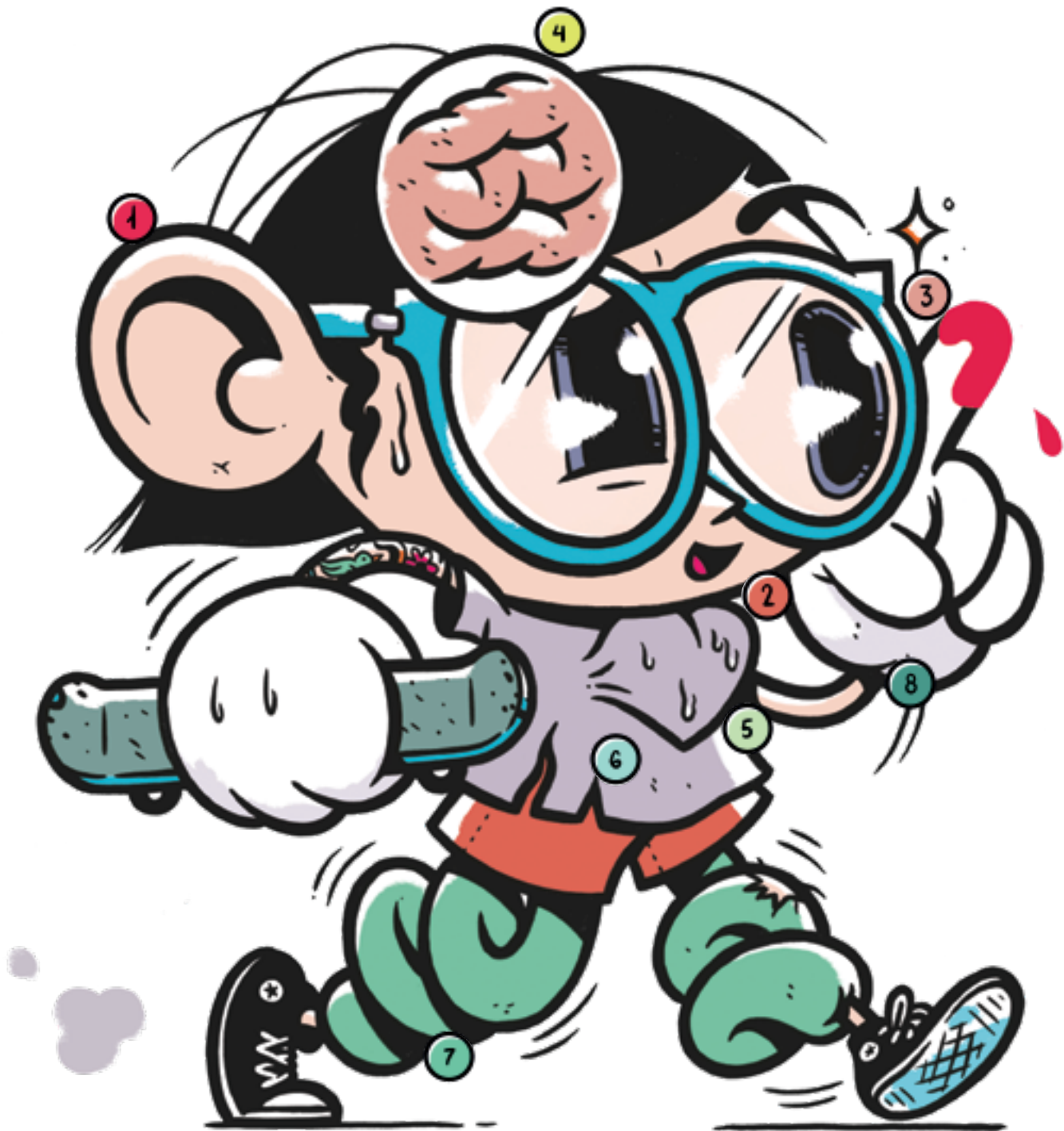
Du er helt sentral i dette medvirkningsarbeidet. Hvordan du jobber avgjør graden av ungdomsmedvirkning.

Fritidsarenaen som de åpne møteplassene for ungdom i landet vårt utgjør, er unik. Forskning viser at ungdom trekker mer til selvorganisert aktivitet når de kommer i tenårene og frem til 18-20 års alderen. De åpne møteplassene tilrettelegger og muliggjør

mye av denne aktiviteten. Dette gjør at ungdomsarbeideren er ekstremt viktig for å bygge relasjon til ungdom som faller ut av det organiserte skole- og fritidstilbudet (Säfvenbom, 2012).

Som ungdomsarbeider er du en voksen som er vanskelig å sette i bås for ungdommene utover det at du jobber på klubben. Du stiller ikke krav på samme måte som man gjør på de fleste andre arenaer: Skole har krav til faglige prestasjoner, i idretten stilles det krav til fysisk prestasjon. Du verken evaluerer, kategoriserer eller diagnostiserer. Du er trygg voksenperson som snakker med ungdommene om livet deres, og du byr på deg selv. Du hjelper de å se sider av seg selv de ikke har sett før, gir de muligheter til å mestre på sin arena, og du lærer de å bli et godt eksempel – både ovenfor seg selv og andre ungdom. Alt dette gjennom å være et forbilde.

Som ungdomsarbeidere er du en rollemodell, og du er med å påvirke de ungdommene du jobber med.



HVEM ER UNGDOMSARBEIDEREN?

Ungdomsarbeidet er ingenting uten ungdomsarbeideren. Den optimale ungdomsarbeideren har et svært uproporsjonert utseende. Sansene er overutviklet. Hjernen går på høygir. Ungdomsarbeideren liker ikke stillstand. Ungdomsarbeideren har:

1 Store ører

Ungdomsarbeideren lytter aktivt og får med seg detaljer i det ungdommen forteller. Ungdomsarbeideren observerer, trekker konklusjoner underveis, men er alltid flink til å sjekke ut egne antakelser med ungdommen selv.

2 Liten munn

Ungdomsarbeideren snakker en del, men munnen er vesentlig mindre enn ørene. Ungdomsarbeideren er raus i sin tilnærming til ungdommen – det er rom for alle typer mennesker, både når det gjelder verdier, seksualitet, subkulturell tilhørighet, familiebakgrunn og etnisitet. Ungdomsarbeideren er nysgjerrig og stiller åpne spørsmål. Ungdomsarbeideren er tydelig når det er nødvendig. Ungdomsarbeideren har taushetsplikt, men informerer alltid ungdommen om at de har meldeplikt dersom det fremkommer informasjon som gir grunn til bekymring. Ungdomsarbeideren kommer sjelden med påstander og ferdig uttenkte konklusjoner på vegne av ungdommen. Ungdomsarbeideren har god tid.

3 Store øyne

Ungdomsarbeideren forsøker alltid å se alle som kommer innom huset, og å se mennesket bak handlingen. Ungdomsarbeideren skifter mellom et psykologisk og et sosiologisk perspektiv når de observerer ungdommen. Ungdomsarbeideren stiller seg gode spørsmål som de over tid forsøker å finne svaret på gjennom å bli godt kjent med ungdommen og bygge tillit.

4 Stor høyre hjernehalvdel

Ungdomsarbeideren har gode sosiale ferdigheter og kommer lett i prat med folk. Møter blikket, har et godt håndtrykk og lyttende ører. Ungdomsarbeideren tør å bruke stillhet som virkemiddel i en samtale. Ungdomsarbeideren er leken og bruker humor. Ungdomsarbeideren er god til å omsette idéer til handling og snur aldri bunken og repeterer fjoråret.

5 Stort bankende hjerte

Ungdomsarbeideren har et stort hjerte, og det er alltid med på jobb. Ungdomsarbeideren har masse omsorg å gi til ungdommene, og ønsker de alt godt. Ungdomsarbeideren er ikke redd for å vise at de bryr seg, og har plass til alle. Ungdomsarbeideren er en trygg havn for ungdom som ofte trenger flere stabile voksenpersoner rundt seg. Ungdomsarbeideren er raus og har plass til alle, ofte er også ungdom i risikozonen velfungerende på klubben, fordi ungdomsarbeideren klarer å gi de akkurat nok grenser og tillit til at de føler seg velkommen der.

6 Sensitiv mage

Ungdomsarbeideren har velutviklet intuisjon og har god timing. Ungdomsarbeideren er i stand til å føle seg frem til hva som kan være nødvendig i krevende situasjoner, og stoler på seg selv og sin beslutningsevne. Ungdomsarbeideren har gode samtaler med ungdom, og tilpasser oppgaver til ungdommene slik at de opplever mestring i det de gjør.

7 Rastløse ben

Ungdomsarbeideren har raske ben og er i stand til å snu fort og tilpasse seg situasjonen. Det kan være å hoppe inn i en konflikt som meglar, eller å legge om store deler av driften for å tilpasse seg ønskene, behovene og drømmene til ungdomsgruppen som til enhver tid benytter seg av tilbudet.

8 Arbeidshender

Ungdomsarbeideren er kreativ, skapende, omsetter idéer til handling, og er flink til å tilrettelegge slik at ungdom kan oppnå store drømmer og målsettinger. Ungdomsarbeideren er ikke redd for å ta i et tak.

Med andre ord: Ungdomsarbeideren er kreativ, skapende og god til å omsette idéer til handling. Ungdomsarbeideren er ikke redd for å ta i et tak eller få skitt under neglene. Ungdomsarbeideren er vaktmester, samtalepartner, motivator, renholder, mentor, tilrettelegger og elektriker på en og samme dag.

DEL 1

MEDVIRKNINGS- METODIKK

*I denne delen av boken vil vi forklare hvordan
fritidsklubbene kan jobbe metodisk med medvirkning.*



Relasjon

Miljøarbeid
Ungdomsarbeideren



Ressurs

Medvirkningsmetodikk
Ungdom



Relevans

Rammer og innhold
Fritidsklubben

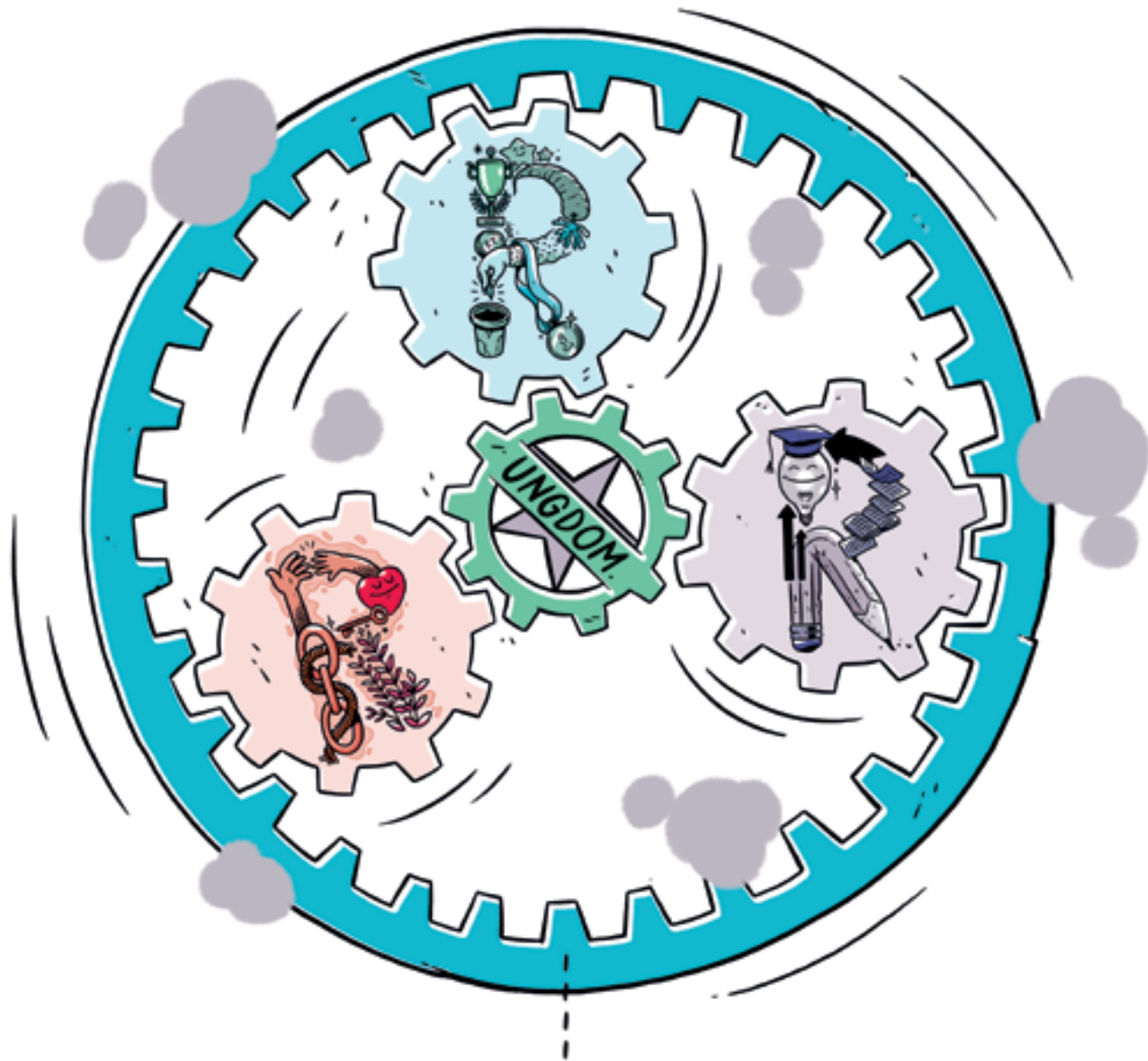
INTRODUKSJON

I arbeidet med å finne essensen av hvordan ungdomsarbeideren jobber når de bruker medvirkning som metode, begynte ekspertgruppen med å kartlegge hva man gjør på klubb, altså aktivitetene. De fant fort ut at det var ikke aktivitetene som var viktig, men medvirkningsmekanismene som lå bak. De åpne møteplassene bruker medvirkning som metode for å tilrettelegge for trivsel og mestring hos ungdommen. Det er ingen formelle krav til prestasjon på klubben, det er ungdommene som bestemmer hva som er verdifullt for dem. Ungdomsarbeideren er tilrettelegger og mentor, og kjerneverdien er medvirkning.

Medvirkning er et begrep med mange ulike betydninger, avhengig av kontekst. Medvirkning forstås i norsk lovverk (Barnevernloven) som at barnet skal få tilstrekkelig og tilpasset informasjon og gis muligheter til fritt å gi uttrykk for sine synspunkter. Barnet skal lyttes til og dets synspunkter skal tillegges vekt i samsvar med alder og modenhet. Denne forståelsen av medvirkning springer ut fra FNs barnekonvensjon, artikkel 12: Retten til å gi uttrykk for sine meninger og å bli hørt.

Medvirkning i denne håndboken må forstås som ungdoms mulighet til å delta aktivt i arbeidet med å drive klubben sin. Forutsetningene for å delta aktivt er en kombinasjon av kunnskap, tillit og rammer. Du vil få en grundigere innføring i medvirkning i denne metodedelen.





UNGDOMSARBEIDEREN

Ungdom og Fritid har sammen med ekspertgruppen utformet en metodikk for ungdomsmedvirkning som vi videre vil referere til som medvirkning som metode. Metoden bygger på tre grunnelementer vi mener sammen er forutsetningen for godt medvirkningsarbeid: *Relasjon, relevans og ressurs*.

RELASJON

er utgangspunktet for arbeidet med medvirkning. Vi skal vise hvordan man bruke dette som aktivt verktøy. Som ungdomsarbeider skal du tilrettelegge for at ungdom føler seg sett og inkludert. Potensialet i medvirkningsgraden på klubben ligger i de ansattes evne til å skape relasjon til ungdommene og til å tilrettelegge for et inkluderende og trygt miljø.

RELEVANS

handler om hvordan du som ungdomsarbeider ved hjelp av medvirkning kan skape relevante, attraktive tilbud. Her går vi inn på rammeverket for drift av klubben. Dette har en innvirkning på klubbens og ungdomsarbeiderens handlingsrom. Det påvirker også hvilke ungdomsmiljøer klubben oppleves relevant for, basert på for eksempel fasiliteter og tilbud.

RESSURS

handler om hvordan ungdomsarbeideren bruker medvirkning for å jobbe med myndiggjøring av ungdommene.

Her går vi til kjernen av hva det vil si å være en god relasjonsbygger og ikke minst miljøbygger. Her lærer du hvordan du jobber metodisk med ungdomsmedvirkning over tid for å dyrke frem unge ressurser.

Inndelingen i metodikken kan oppfattes som kunstig. Vi er klar over at det er komplekse mekanismer som ligger bak dette arbeidet. Inndelingen skal hjelpe deg med å løfte blikket og få oversikt over disse prosessene i ditt daglige arbeide.

Metodikken kan hjelpe deg med å forstå og argumentere for at du må jobbe helhetlig dersom du skal skape reell ungdomsmedvirkning og øke attraktiviteten til klubben.

Dere kan ikke bare jobbe med én av disse elementene dersom dere ønsker å få til god ungdomsmedvirkning - dere må mestre alle tre.

De ulike elementene er avhengig av hverandre, og ungdomsarbeideren er den viktigste pådriveren for at dette er i bevegelse. Dere bygger morgendagens klubbmiljø, klubbansatte og omdømme gjennom å jobbe langsiktig med *relasjon, relevans og ressurs*.

Vi vil nå fordype oss nærmere i hvert av disse elementene i de neste kapitlene, med praktiske eksempler og råd.



Relasjonen er den viktigste forutsetningen for å få til godt medvirkningsarbeid.

RELASJON

Her skal vi gå nærmere inn på hvordan du kan bruke medvirkning som et effektivt verktøy for relasjonsbygging med ungdom, og mellom ungdom. Kapittelet gir deg også eksempler på hvordan aktivitet er et godt verktøy for relasjonsbygging, og hvordan dette kan bidra til å bygge ungdomsmiljøer. Alt begynner med *relasjon*. Uten kunnskap om ungdommene du jobber med og gode samtaler med målgruppen, kommer du ingen vei i arbeidet med medvirkningen. Kjenner du ungdomsmiljøene, vil du ha en god forutsetning for å hjelpe ungdommen med å skape relevante tilbud for seg selv. Har ungdommene eierskap til klubben sin, skyldes det relasjonen til de voksne og at tilbudet oppleves relevant. Kjenner du ungdommene du jobber med, klarer du å tilpasse utfordringene du gir. Slik blir det godt medvirkningsarbeid og ungdommene føler seg myndiggjort og som en ressurs.

INKLUDERING

Fritidsklubber og ungdomshus har helt fra den spede begynnelse profilert seg på holdningsskapende arbeid. Dette betyr at miljøet står for noen grunnleggende verdier, som er legitimert henholdsvis i klubbreglement, i kommunens egne retningslinjer og i norsk lov. I praksis har disse verdiene manifestert seg i arbeidet mot rus, vold, mobbing og utenforskap. Men de omfatter også et solidarisk forsvar for kulturelt mangfold, hvor alle er likeverdige og med lik rett til klubben, uansett kjønn, livssyn, sosioøkonomisk og/eller etnisk bakgrunn. Siden fritidsklubben er en åpen møteplass hvor alle kan delta, gir den mange verdifulle innspill til saker ungdom er opptatt av. Det er forskjellige måter å tilrettelegge et slikt arbeid på.

Deltakelse på fritidsklubb eller ungdomshus krever ikke spesielle kunnskaper eller kompetanse, ingen trenger spesielle forkunnskaper eller ferdigheter. Som deltaker kan ungdom besøke fritidsklubben uten å oppleve at det stilles krav om dyrt utstyr eller at man bør trene så og så mye til neste gang man kommer. Fritidsklubben skal være et fristed for ungdom, et sted for hvile og avkobling, et treffsted og sosialt samlingspunkt, en arena der ungdom kan treffe trygge voksne som har tid, og som hjelper de med å bli bedre i noe de ikke visste de kunne.

TIPS

Åpne vs. lukkede spørsmål i relasjonsbygging

Åpne spørsmål:

- Inviterer til lengre svar og er et virkemiddel for å forstå den andre.
- Øker muligheten for nyanserte svar, hjelper ungdommen til å snakke.
- Fungerer utforskende og gir ikke et avgrenset og bestemt svar.
- Begynner ofte med spørreord som hvordan, hva, hvilke, hvor, hvem.
- Styr unna å bruke hvorfor, da dette kan virke mer konfronterende enn hva som er hensiktsmessig.

Lukkede spørsmål:

- Kan besvares med ja/nei.
- Mer faktaorientert, kan brukes for å spisse informasjonen du ønsker.
- Kan gi dårlig flyt i samtalen.
- Begynner ofte med et verb. Eksempel: Er du fornøyd med karakterene dine? Vil du fortelle?

DET FØRSTE MØTET

Ungdomsarbeideren jobber med å se potensialet i andre mennesker, og legger til rette for at de skal se dette selv.

Ungdomsarbeideren står i en særskilt posisjon til å komme i kontakt med ungdom i lokalmiljøet. Ungdomsarbeideren er en trygg og uavhengig voksenperson for ungdommene, som ikke stiller krav til deltakelse eller prestasjon. Ungdomsarbeiderne har et våkent blikk og er til stede over tid. Dette skaper grunnlaget for god relasjonsbygging og mulighet for å realisere potensialet til den enkelte ungdom.

TIPS

Sosiale medier som relasjonsbygger

En god måte å bygge relasjon til ungdom er gjennom sosiale medier. Bruk sosiale medier som kontaktflate. Spesielt Snapchat, Instagram og funksjoner som chat og grupper på Facebook er populært.

Legg ut bilder, videoer og kulturellt relatert info som forteller noe om deg som person, ikke bare hvor du jobber, men mer personlige ting som handler om musikksmak, humor etc. Å vise hvem du er, hjelper deg når du blir kjent med ungdom. Likevel er det viktig å være bevisst skillet mellom personlig og privat i møte med ungdommene. Du er ungdomsarbeider på nett også.

Å komme inn på et nytt sted for første gang som 13-åring, kan være en skremmende opplevelse. Det kan være krevende for mange ungdommer å

oppsøke nye steder, og ikke minst treffe nye mennesker. Man er som regel på sitt mest sosialt usikre som tenåring. Dette betyr at du som ungdomsarbeider har et ansvar for å etablere en *relasjon*, og det bør skje raskt. Kommer det nye ungdommer inn på klubben, ta deg tid til å hilse på dem på en fin og respektfull måte. Møt blikket. Si hei. Presenter deg. Ønsk de velkommen. Spør hvilken skole de går på og hvilket trinn. Fortell kort om tilbudet, tilby en omvisning hvis det er naturlig. La de gjøre seg kjent. Gjør de klar over at du er tilgjengelig hvis de lurer på noe, eller følg opp litt senere samme kveld med å spørre om hvordan de har hatt det første gang på klubben. Kanskje det var noe de savnet eller trodde skulle være der som de ikke fant? Enkelt sagt – gi masse av deg selv og vis at du er en aktiv voksen.

Din viktigste egenskap som ungdomsarbeider i det første møtet, er helt klart den varme nysgjerrigheten din.

Ungdommen skal ikke føle at de havner i et avhør når de setter beina sine innenfor klubben, så det kan være lurt å utjevne egen nysgjerrighet ved å gi av deg selv. Fortell om noe du synes er gøy, ha et åpent kroppsspråk og introduser gjerne ungdommen for andre ungdom du kjenner godt. Gjennom å vise den nyankomne hvordan du interagerer med de andre ungdommene, gir du den nye ungdommen muligheten til å danne seg noen bilder av hva slags rolle du har i dette miljøet. Det er en fordel for deg. Man får aldri to sjanser til å gjøre et førsteinntrykk.

ALLE DE ANDRE MØTENE

Rom ble ikke bygd på en dag. Det gjør heller ikke en relasjon. Fordelen med en trygg åpen møteplass, er at det er et sted ungdom oppsøker flere ganger, over tid. Dette gir deg en unik mulighet til å jobbe med relasjonsutvikling, den viktigste forutsetningen for godt medvirkningsarbeid. Akkurat som andre relasjoner, krever også denne pleie og oppmerksomhet. Som ungdomsarbeider har du et spesielt ansvar for at relasjonen utvikler seg.

Din jobb er:

- å være tålmodig i møtet med ungdommen, ta tiden til hjelp. Pass på å ikke lede relasjonen i en bestemt retning, men la retningen oppstå i samspillet mellom ungdom og ungdomsarbeider.
- å være tilgjengelig og tilby samtale og aktivitet. Dette krever at klubben har fast, forutsigbar åpningstid.
- å skape trygghet mellom dere, og i miljøet for øvrig. Du må være tilstede, forutsigbar og tydelig i grensesettingen din.
- å tørre å bli kjent med ungdommene. Dette gjelder også de sidene av ungdommen som kan være mer ubehagelige og vanskelige. Du er den voksne og følger den modige.
- å være troverdig. Vær så oppriktig du kan, og ikke prøv å være kulere enn du er. Det er lov å være litt kjedelig voksen. De liker deg for det.
- å trigge interesser hos ungdommene. Utfordre de til å prøve noe nytt. Dra de med på aktiviteter de ikke visste at de ville ta del i. Du vil kanskje



Relax
you had me
at hello

The illustration features the text "Relax you had me at hello" written in a black, cursive, handwritten style. The word "Relax" is the largest and most prominent. The text is surrounded by several autumn leaves in shades of orange, red, and brown, some with detailed vein patterns. Interspersed among the leaves are small, thin branches with tiny pink and orange buds. The entire composition is set against a white background with a soft, wavy orange border on the right side.

se at en ungdom med masse energi vil ha godt av å drive med parkour eller å spille trommer. Det er ikke sikkert ungdommen ser dette selv – hjelp dem.

HVA ER EFFEKTEN AV DEN GODE RELASJONEN?

Når du føler at du kjenner ungdommen så godt at du har mulighet til å ligge i forkant og påvirke, da har du lyktes. Du vet hvilket miljø ungdommen befinner seg i, har kontakt med eller ønsker å være en del av. Dere har en fin dynamikk mellom dere som gjør at du kan bidra til vekst og utvikling hos ungdommen.

De stoler på deg og setter pris på dine innspill. Dere har knyttet et nært bånd, som på mange måter har samme kvaliteter som et vennskap, men hvor du har tydelig omsorg og hvor du ikke forventer samme omsorg tilbake. Det er et skeivt forhold hvor du bærer, ikke ungdommen.

FAKTA

"Ung-til-ung" metode

Ved å jobbe med ungdommer slik vi har skissert i denne håndboken vil du oppnå svært gode muligheter for å skape rom for "ung til ung". Det handler i korte trekk om å la ungdom bli gode nok til å lære opp andre ungdommer i det samme fagområdet. Ungdom snakker best med ungdom – ungdom lærer best til ungdom. Og ved å la en ungdom veilede og undervise vil vedkommende også lære masse både faglig og sosialt. Ønsker du å lese mer om «ung-til-ung» kan du bestille boken «Ung-til-ung voksen veiledning» av Bjørn Lindstad (2002) i Ungdom og Fritids webshop, eller du kan laste ned Ungdom og Fritids app hvor det vil ligge relevant fagstoff om emnet.

En solid relasjon vil også føre til høy grad av selvutvikling hos ungdommen. Ungdommen tilegner seg egenskaper som kan settes ut i spill andre steder i livet. Du kan tilrettelegge for vekst gjennom å jobbe med kartlegging av ressurser.

Summen av godt og grundig relasjonsarbeid er tilhørighet på klubben. Ungdommen føler seg hjemme der og oppsøker stedet av fri vilje, fordi de opplever trygge voksenrelasjoner og gode relasjoner til de andre ungdommene.

Å BYGGE RELASJON MELLOM UNGDOM

Vi kommer ikke utenom det første møtet. Her setter du standarden for hvordan man tar imot og møter hverandre på klubben. Gjennom å etablere tidlig kontakt, viser du at du har sett ungdommen og samtidig viser du andre ungdom på klubben hvordan man tar imot nye gjester.

De fleste klubber har en fast kjerne av ungdom som bruker tilbudet hver eneste dag det er åpent. Denne gjengen er din beste forutsetning for å lykkes, og å feile. I dette ligger et stort potensiale. Ungdom er godt over gjennomsnittet opptatt av rykter. Vi anbefaler å jobbe for at klubben skal ha rykte for å være et bra sted å være på fritiden, et sted i endring, hvor det skjer spennende aktiviteter. Et sted hvor ungdom opplever stor grad av medbestemmelse, men også et sted foreldre og samarbeidspartnere betrakter som et ressurscenter for ungdom med kompetente voksne. Husk at de som bruker klubben kan bli klubbens beste ambassadører! Gjennom enkle aktiviteter som teatersport, kortspill, organisert bordtennisturnering o.l. kan du sette ungdommene i stand til å lære opp, sosialisere og inkludere nye ungdom.

Som ungdomsarbeider har du god oversikt og innsikt i ungdomsmiljøet og du er god til å lese de sosiale relasjonene. Disse egenskapene bør du bruke til å sette ungdom i kontakt med hverandre. Kontakten med, og relasjonen til, jevnaldrende er en sentral kraft i oppvekstprosessen til barn og unge. Det er i disse møtene at man utvikler ideen om hva og hvem man er, altså sin identitet (Frønes, 2011).

TIPS

Motiverende Intervju (MI)

MI er en metode utviklet for rusfeltet og kan beskrives som en brukersentrert, målorientert metode som gjennom å utforske og løse opp ambivalens bygger opp den indre motivasjonen for endring (Lena Müller, Kompetansesenter Rus). Ungdom og Fritid tilbyr kurs til ungdomsarbeidere. Flere av kursene er utviklet med et fundament i MI-metoden, blant annet et kurs i kommunikasjon: «Når ting blir vanskelige. Hvordan danne gode relasjoner, avhjelpe konflikter og skape gode samtaler?» Dette kurset handler om kommunikasjon og konflikthåndtering. Kurset vektlegger kommunikasjon som en motstandsdempende faktor. Les mer om våre kurs på våre nettsider ungdomogfritid.no, eller last ned Ungdom og Fritids app.



RELASJONSARBEID

Mange åpne møteplasser jobber med kultur for å nå frem til ungdommen. Ungdomsarbeidere har en tendens til å beskrive aktivitetene på klubben når de skal forklare jobben sin. «Vi arrangerer disko, spiller bordtennis, driver musikkopplæring». Dette er selvsagt en viktig del av hva en ungdomsarbeider gjør. Men for å skape forståelse for at jobben krever spesielle ferdigheter er det viktig at man tydeliggjør at aktivitetene er virkemidler. Dere skaper aktiviteter for å bygge *relasjon* med ungdom og for at de skal få mulighet til å ta del i noe de selv har vært med å bestemme. Dere lager ikke aktivitet kun for aktivitetens skyld.

Ungdomsarbeidere har som oppdrag å skape trygge ungdom for fremtiden.

Dette gjør dere gjennom å bygge relasjoner og gi ungdom ferdigheter og mestringsfølelse gjennom aktivitet. Aktiviteter bidrar til genuine bånd fordi de baserer seg på interesse. En opplevelse sammen, slik som å arrangere en konsert, skaper relasjon på mange flere nivåer enn gjennom samtale. Det er gode grunner til at teambuilding på arbeidsplasser skjer til skogs på bootcamp. Vi trenger opplevelser sammen for å komme nærmere hverandre. Opplevelser og oppgaveløsning gir oss muligheten til å bli kjent med flere sider av personligheten, relativt raskt.

Men en aktivitet i seg selv er ikke nok alene. En voksen som ikke er en kompetent relasjonsbygger, vil ikke klare å etablere det forholdet som er en forutsetning for godt medvirkningsarbeid – å se potensialet i ungdommen og få ungdommen til å se potensialet selv. Å se ressurser hos ungdom krever årvåkne voksne og tett oppfølging over tid. Fritidsklubben kjennetegnes ved at de ansatte er profesjonelle ungdomsarbeidere. Det profesjonelle nærværet gjenspeiles gjennom at ungdomsarbeideren har innlevelse og evne til å lytte, men også evne til å ha overblikk. Det profesjonelle nærværet kjennetegnes gjennom engasjement og medfølelse, samtidig som man klarer å ta standpunkt basert på faglige prinsipper.

I sum kan man si at dette reflekterer en blanding av å være et likeverdig medmenneske, samtidig som man er en profesjonell. Ungdom legger ofte størst vekt på personlige trekk som det viktigste i kontakten med ungdomsarbeideren, men også at du har ungdomsfaglig kompetanse som profesjonell. Det å beherske denne kombinasjonen danner grunnlaget for å opparbeide tillit.

Andre viktige kvaliteter ved ungdomsarbeideren er:

- At du evner å utvikle en avslappet atmosfære
- At du evner å lære bort ferdigheter ungdom synes er interessante
- At du evner å fremstå som ærlig

TIPS

Syv kilder til psykisk helse av Arne Holthe.

Arne Holthe er professor i helsepsykologi. Han har utviklet de syv kildene til psykisk helse. Syv kilder til psykisk helse:

- Identitet og selvrespekt: Følelse av å være noe, noe verdt
- Mening i livet: Følelse av å være del av noe større enn en selv, at det er noen som trenger en
- Mestring: Følelse av at man duger til noe
- Tilhørighet: Følelse av å høre til noen og høre hjemme et sted
- Trygghet: Kunne føle, tenke og utfolde seg uten å være redd
- Sosial støtte: Noen som kjenner en, bryr seg om en, vil passe på en om det trengs
- Sosialt nettverk: Noen å dele tanker og følelser med, være del av et fellesskap

Bruk syv kilder til psykisk helse når du argumenterer for hvorfor klubb er viktig og bra i et forebyggende perspektiv!

Ønsker du å lære mer? **Les mer på arneholte.no**



FAKTA

Profesjonelt ungdomsarbeid på åpne møteplasser er utført av utdannet og kompetent personell som får betalt for arbeidet de gjør. Arbeidet skal være basert på noen etiske retningslinjer og noen kvalitetsstandarder. Ved hjelp av en rekke metoder, styrker ungdomsarbeidet hver enkelt ungdoms personlige og sosiale utvikling, sosiale inkludering og evne til sosial endring. Ungdomsarbeidet søker spesielt å støtte og styrke unge mennesker som er i en marginalisert eller sårbar situasjon. I profesjonelt ungdomsarbeid på åpne møteplasser tilnærmer man seg ungdom som en helhet, og ungdomsarbeiderne skal fokusere på ungdommenes talent, muligheter og interesser, og se dem som en ressurs.

Denne casen fra Samsen Kulturhus i Kristiansand viser hvordan man kan bruke en aktivitet som skal gjennomføres med medvirkning som metode. Resultatet blir at man klarer å bygge et ungdomsmiljø. Og alt begynner med gratis pizza og en åpen invitasjon til å skape noe sammen.

PRAKTISK EKSEMPEL FRA GRATIS PIZZA TIL ET FAGMILJØ MED UNGE KULTURPRODUSENTER

Høsten 2015 samlet syv ungdommer seg på Samsen kulturhus i Kristiansand. Alle møtte opp på grunn av et enkelt løfte om gratis pizza. Det skulle være et åpent møte med pizza for å rekruttere flere unge arrangører til Samsen. Gjengen med ungdommer som kom, kjente ikke hverandre fra før av. I dag er alle gode venner og fortsatt med som arrangører på Samsen. Samsen kulturhus har for utallige ungdommer blitt et fristed.

Det har blitt et trygt sted, hvor ungdommene vet at det er noen som bryr seg om hvordan dagen har vært. For noen av ungdommene blir mesteparten av fritiden brukt på Samsen, og mange har fått muligheter til å nå langt gjennom nettverket som blir dannet blant voksne og ungdommer på Samsen. De har blant annet jobbet frivillig på festivalen Måkeskrik,

Palmesus og MiniØya, vært Ung Delegat på Villvillvest og deltatt på SØRVEIV.

En av ungdommene som var med på dette møtet, har fortalt at hun følte at hun ble stilt overfor et valg. Og valget hun tok skulle vise seg å gi stort utbytte i livet. Hun valgte å bli med som arrangør på UKM i første omgang, og den avgjørelsen åpnet utallige nye dører. Hun ble med på lokalmønstringen i Kristiansand og derfra videre til fylkesmønstringen i Vest-Agder. Og ved å gjøre det hun syntes er morsomst av alt, kom hun videre til landsfestivalen i Trondheim og ble valgt som URG for Vest-Agder! (URG= Nasjonalt medvirkningsorgan for UKM Norge).

Samsen kulturhus har valgt å satse tungt på unge arrangører. De har startet en gruppe med ungdomsarrangører som heter SAVA. Denne gruppen inkluderer flere av ungdommene fra det første informasjonsmøtet og er en selvstendig organisasjon som jobber på egne premisser, men med Samsen og AKKS som faglige støttespillere og samarbeidspartnere. Når SAVA arrangerer konserter, er det på eget initiativ, med egne penger og egne folk. Samsen og AKKS bidrar der det er naturlig med fasiliteter, musikere, teknisk bistand o.l. som må til for å gjennomføre arrangementet. SAVA er en slags ledertrening innenfor arrangørfaget på Samsen.

Innenfor satsingen på ungdomsarrangører på Samsen har de også opprettet en egen arrangørgruppe. Den gruppen er blitt kalt SAU (Samsen Arrangerende Ungdom), og denne gruppen har mer direkte tilknytning til Samsen. Her planlegges og gjennomføres UKM, forskjellige arrangementer, åpen scene og konserter – dvs. den daglige driften av kulturhuset Samsen. Her er ungdomsmedvirkningen også svært høy. La oss tenke at SAU er utdanningsarenaen for SAVA, og SAVA er for de få som blir plukket ut til å «avansere» som kulturprodusenter. Å jobbe på denne måten



med ungdomsmedvirkning har gitt gode resultater for både aktivitetene og publikumsbesøkene. Ungdom som arrangerer noe for ungdom er og blir nøkkelen til suksess.

FAKTA

Samsen kulturhus er et av Norges største, mest innholdsrike og mangfoldige kulturhus for unge mennesker. Huset er kommunens flaggskip når det gjelder kulturtilbud for eldre ungdom i Kristiansand og omegn. De har lokaler, kompetanse og utstyr for utøvelse, produksjon og opplevelse av kunst og kultur. Deres hovedmålgruppe er unge i alderen 15 – 25 år. Hos Samsen finner du tilbud innen dans, musikk, kunst, film, media, klatring, parkour, konserter, festivaler og arrangementer. Ungdommene som går der og selvstyrte grupper spiller en viktig rolle for mangfold og omfang i det åpne kulturtilbudet. Samsen jobber med unge arrangører som et fast tilbud gjennom hele året og har flere arrangørgrupper.

ANALYSE AV PRAKTISK EKSEMPEL

Hva skjer i dette eksempelet?

Samsen kulturhus inviterer ungdom inn til et møte som handler om unge arrangører. De ønsker flere av disse til å arrangere UKM Kristiansand. Invitasjonen er enkel, og det er gratis mat på bordet. Resultatet blir en gruppe som de kan jobbe med over tid, og som får direkte tilknytning til huset fordi UKM arrangeres der. Ungdommene utvikler ferdigheter og identitet gjennom å være med som unge arrangører, og over tid utvikler gruppen med unge arrangører seg til to grupper – SAU (Samsen Arrangørende Ungdom) og SAVA - en selvstendig konsertarrangør med konserter for ungdom, produsert av ungdom.

Hvordan skjer det?

Samsen gir ungdommene en konkret oppgave – UKM Kristiansand. Et mål som er kort nok unna til at man ikke mister interessen. Det er viktig med korte målsettinger når man jobber med ungdommer. De er utålmodige og resultater som kommer raskt motiverer.

Samsen gjør medvirkning mulig fra første øyeblikk. De sier til ungdommene som kommer på møtet: «Hva har dere lyst til? Vi

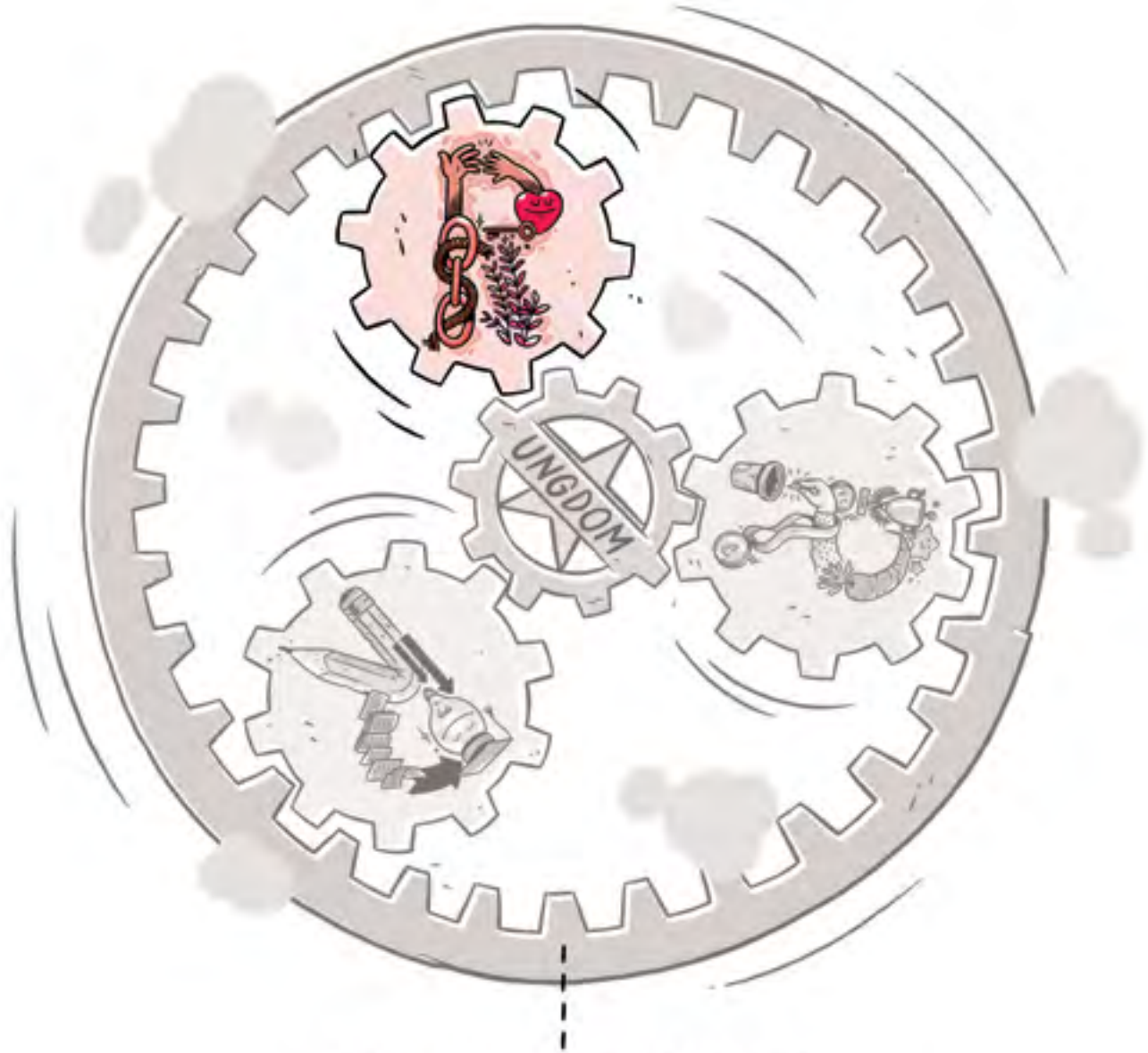
har et stort hus, og vi har muligheten til å la dere overta så mye som mulig av dette huset. Første utfordring er å gjennomføre UKM Kristiansand. Vi skal hjelpe og støtte dere, men det er dere som må gjøre jobben og det er dere som skal skape innholdet.»

Ungdomsarbeiderne på Samsen ser den enkelte ungdoms potensiale, og legger til rette for personlig vekst, utvikling og mestring. Dette skjer gjennom relasjonsbygging over tid. Ungdommene får flere og større oppgaver. Og i tilfellet med ungdommen i dette eksemplet definerer hun personligheten sin i dag ut fra det å være arrangør.

Samsen plukker ut ungdomsarrangører som utmerker seg i SAU og gir de tilbudet om å være med på ledertrening i arrangørfaget gjennom SAVA. De skaper lederungdom, som kan bli gode ambassadører for huset senere. Dette gjør de gjennom å bruke observasjon og skape relasjon til ungdommene – de ser potensialet hos ungdommene og inviterer de til å utvikle ferdigheter.

Hva er virkningen?

- Man bygger relasjoner mellom ungdom gjennom en aktivitet som har medvirkning som grunnpremiss – unge arrangører.
- Ungdommene utvikler egen identitet gjennom aktiviteten.
- Ungdommene blir kjent med hverandre gjennom å gjøre noe sammen. Dette er ofte en enklere måte å bli kjent på, hvor man får muligheten til å dele av personligheten sin gjennom å løse en oppgave i fellesskap.
- Det dannes et nytt miljø på Samsen som på sikt blir «selvrekutterende» fordi ungdom ser at man kan «avansere» og «bli god på» arrangement dersom man ønsker det. Det blir en mulighet for identitetsutvikling og ferdighetsbygging.



UNGDOMSARBEIDEREN

«Så da sitter jeg her da med sykt mye å gjøre, med det er bare ting jeg ELSKER å gjøre! De som jobber på Samsen har vært med å forme meg til den personen jeg er i dag. Uten disse folkene hadde jeg aldri tatt alle de riskene som jeg gjør nå, og da hadde heller ingen av de fantastiske tingene som er i livet mitt vært der nå. Jeg er evig takknemlig. Om du nå sitter igjen med en tanke om at du også vil være med å forme ungdoms liv på denne måten, så gjør det! Ta initiativ! Bare det å invitere til et åpent møte med pizza er med å endre noen sitt liv til noe positivt. Det skal ikke mer til»

Caroline (18 år), Samsen kulturhus.

OPPSUMMERING

Relasjon handler om hvordan man jobber som miljøarbeider med å skape et forhold til ungdom og mellom ungdom. Det handler om hvordan medvirkning kan brukes som verktøy for godt miljøarbeid, og hvordan relasjonen er utgangspunktet for medvirkningsarbeidet du gjør.

Relasjonen er den viktigste forutsetningen for å lykkes med medvirkningsarbeid på klubben. Ingenting kan skje dersom du ikke snakker med og kjenner ungdommene du jobber for. Det første møtet er kritisk for den videre relasjonen. Øv deg på å ta ansvar for at dette møtet blir så bra som mulig gjennom å sette i gang samtalen og invitere inn den usikre ungdommen som står på trappa. Relasjonsbygging tar tid og krever at du som ungdomsarbeider tar ansvar for utviklingen. Du må være oppmerksom, trygg, tydelig, trigge interesser, ta deg tid til å snakke og bli kjent. Virkningen av en god relasjon er at ungdommen opplever høy grad av selvutvikling og du kan ligge i forkant og bidra til en positiv utvikling hos ungdommen. Og ungdommen opplever sterk tilhørighet til klubben.

Å bygge relasjon mellom ungdom handler mye om å vise hvilken relasjonskultur dere har på klubben, og bevisst hjelpe ungdom å komme i kontakt med hverandre. Bruk de faste ungdommene på klubben og gjør de til gode ambassadører som tar imot de andre på en fin måte. Du er den som viser hvordan. Gjennom aktivitet kan man danne miljø på tvers av alder og

vennegjenger. Aktiviteten er ikke målet, men middelet for å skape et sammensveiset miljø. Dersom du tilrettelegger for medvirkning i aktiviteten, øker du sjansen for å bygge robuste ungdomsmiljøer på tvers av alder, kjønn, etnisitet og subkultur. Ungdom som blir gitt tillit og får utfolde seg i nye oppgaver, kan oppleve å få en ny rolle som skiller seg ut fra skole og andre vennemiljøer. Det kan begynne med gratis pizza og en åpen møteinvitasjon, og ende opp med en velfungerende konsertforening.

TIPS

UNGDOM OG FRITIDS KURS OG FAGSTOFF

Modul B: Juridiske forpliktelser, rutiner og samarbeid

I denne delen får kursdeltakerne et innblikk i hvilke juridiske forpliktelser ungdomsarbeidere skal forholde seg til. Herunder taushetsplikt, unntak fra taushetsplikten og opplysningsplikt/meldeplikt. Kurset tar også for seg gode eksempler på samarbeid og en gjennomgang på noen av de ulike samarbeidspartners arbeidsområder.

Modul B kan bestilles som kurs for personalgruppa på klubben, eller du kan lese mer i vår publikasjon *Kompendium til Ungdom og Fritids Opplærings-program*. Du kan bestille kurs og lese kompendiet på våre nettsider, eller du kan laste ned Ungdom og Fritids app.



Å kartlegge ressurser hos ungdommene som bruker klubben, nivåinndeling, myndiggjøring og relasjonsbygging i praksis.

RESSURS

Den største ressursen du har i klubben er ungdommene. Men hvordan skal man klare å få frem dette potensialet? Og hvordan kan man lete seg fram til ressursene som ligger i hver enkelt besøkende på klubben? Hva om ungdommen ikke ønsker å vise frem sine ressurser – og sist men ikke minst; er ungdommene bevisst på sine egne ressurser? Dette kapitlet gir deg verktøy for å analysere ressursene i klubben og viser ved hjelp av eksempler hvordan du kan tenke bærekraftig og langsiktig når du jobber med å bygge ungdom som ressurser.

UNGDOMSMEDVIRKNING

FNS barnekonvensjon slår fast at barn og unge har rett til å si sin mening i alle saker som angår dem (paragraf 12).

For best å kunne utnytte denne metodikken ønsker vi å gi deg en forståelse av hva vi legger i medvirkning. Medvirkning handler om å kunne ta stilling til og bidra aktivt i relevante beslutningsprosesser og å bli lyttet til.

Vi skal nå gå nærmere inn på medvirkningsstigen til sosiologen Roger Hart. Denne modellen beskriver og synliggjør ulike nivåer og former for medvirkningsprosesser som et barometer gjennom åtte nivåer, fra ingen grad av medvirkning til høy grad av medvirkning.

Som ungdomsarbeider må man være bevisst hvor man befinner seg på denne stigen. Det er viktig å tilpasse medvirkningen til det stedet ungdommen befinner seg og deres behov. Da er det

viktig å være klar over at selv om intensjonen din er god, så er det ikke sikkert at du klarer å skape rom for reell medvirkning. Dersom man befinner seg på de tre nederste trinnene, så er det ikke ungdomsmedvirkning.

TIPS

Når et ungdomsmiljø med en spesiell interesse vokser frem, sørg for å være «på ballen». Finn midler til å utvikle aktiviteten videre, og snakk med ungdommene om hva de trenger av kunnskapsløft eller utstyr. Ungdom og Fritids Frifond er et fint sted å søke midler til denne type prosjekter.

- Ta alltid ungdommene på alvor, tilby kvalitet!
- Tilrettelegg for gode sosiale rammer, og styr relasjonsbyggingen.
- Gi ungdommene mulighet til å tilegne seg relevant faglig erfaring for arbeidslivet.
- Gi ungdommene mulighet til å praktisere den faglige kunnskapen de får.
- Gi ungdommen noe å strekke seg etter!
- Gi ansvar!
- Tenk tverrfaglig, på tvers av ungdomsmiljøer og fagmiljøer i kommunen.
- Gi ungdommene muligheten til å bli en del av noe som er «større enn de selv».



MEDVIRKNINGSSTIGEN

(Trinn 1 – 3 er ikke medvirkning.)

1 Manipulasjon

Voksne bruker ungdom til å støtte saker og late som at det er initiert av ungdom, mens det i virkeligheten er slik at ungdom ikke har noen forståelse av hva saken handler om.

2 Dekor

Ungdom brukes til å «pryde» et arrangement eller prosjekt på en direkte måte. For eksempel gjennom et musikalsk innslag. De er synlige, men er ikke der for saken men for å vise seg frem gjennom musikkinnslaget.

3 Tokenismen (symbolsk medvirkning)

Det gis uttrykk for at ungdommen blir gitt en stemme i saken, mens det i virkeligheten er slik at de har liten innflytelse på resultatet. For eksempel at man tar med ungdom inn i en idédugnad, men så overtar de voksne resten av prosessen. De har høstet idéene til ungdommene, men de har ikke fått bestemme hva resultatet blir, og mangler eierskap til det endelige resultatet.

4 Ungdom blir informert

Her er medvirkningen fortsatt initiert av voksne, men på dette nivået har ungdommene innflytelse over resultatet og beslutningene.

Ett eksempel er når kommunen inviterer ungdom til å delta på et møte. Ungdommene får god informasjon om hva som skal skje og har mulighet til å komme med innspill. Her må de voksne kunne begrunne deltakelsen til ungdom. Det er i tråd med FNs barnekonvensjon artikkel 12 - barn og ungdom har rett til å si sin mening og bli hørt i saker som angår dem

5 Ungdom som rådgivende organ

Ungdommene blir spurt om råd og informert om prosjektet. De kan for eksempel bli en ressursgruppe for de voksne og hjelpe til med ideer.

6 Vokseninitiert, men delt beslutningsmyndighet

Det er de voksne som tar initiativ til prosjektet, men prosjektavgjørelser tas sammen med ungdommene. La oss for eksempel si at ungdomsarbeideren informerer styret om at de skal markere fritidsklubbenes dag. De som vil kan sitte i arrangementskomitéen. Det er opp til komitéen, sammen med ungdomsarbeideren, å bestemme hva som skal skje på arrangementet. Ungdommene har blitt informert om prosjektet. De får velge om de vil delta og de er med på å ta beslutningene, men arrangementet er initiert av voksne.

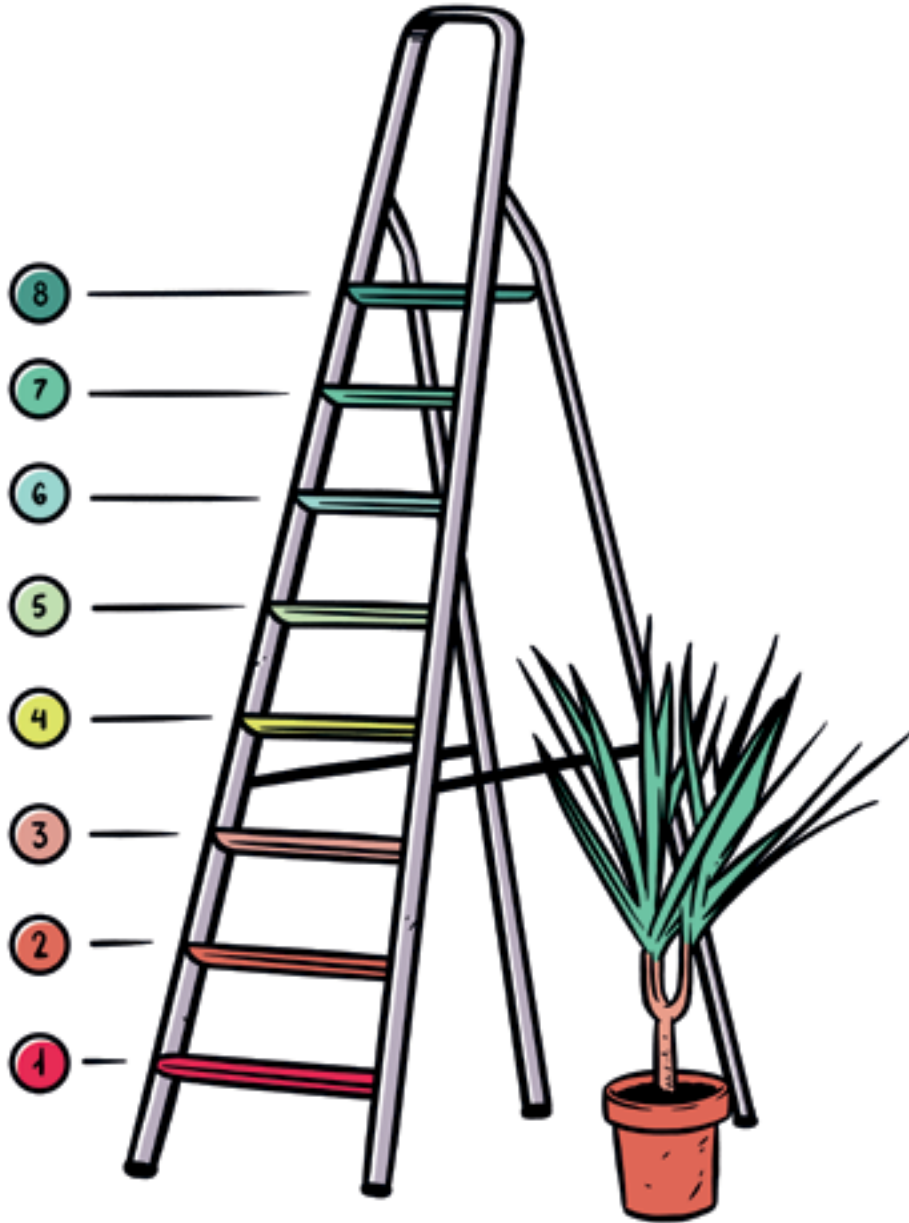
7 Ungdomsinitiert og ledes av ungdom

Voksne tas med på råd. Dette kan være planlegging og gjennomføring av et arrangement. For eksempel: Ungdommene kommer med ideen, sørger for å organisere innkjøp og booking, lage facebookevent, invitere venner, men de voksne er involvert hele veien og kommer med råd. De voksne er på dette nivået tilretteleggere og støtte for ungdomsinitiert aktivitet. Den voksne må sørge for å være til stede så ungdommene kan spørre om ting og få hjelp til å løse utfordringer.

8 Prosjektet er ungdomsinitiert, beslutningene deles med de voksne

Her kommer ideene, initiativet og gjennomføringen fra ungdommene og de voksne inviteres inn i prosessen. På dette trinnet bør ungdomsarbeideren være seg bevisst sin rolle som påvirkningskraft. Det er med på å gi makt til ungdommene selv, men det åpner også opp for at ungdommene konsulterer og rådfører seg med den ekspertisen voksne sitter med. Derfor tar man avgjørelsene i samarbeid med voksne. Et eksempel på dette er når ungdommene har lyst til å arrangere en festival. De kommer med ideen og initiativet. Videre ser de et behov for å samarbeide med de ansatte på klubben, da de sitter på ekspertise på området. I samarbeidet har ungdom og voksen like stor påvirkningskraft og de fatter beslutningene sammen. Ifølge Roger Hart er dette nivået for medvirkning over nivået hvor ungdom gjennomfører hele prosjektet selv, fordi medvirkning også handler om samarbeid og jevnbyrdighet.

Hentet fra Hart, Roger (1992), *Children's participation from tokenism to citizenship*, USA, UNICEF. Redigert og tilpasset vårt felt gjennom arbeid med ekspertgruppen.





Bruk medvirkningsstigen på personalmøter som et verktøy for å analysere hvordan dere jobber i din fritidsklubb. Hva skal til for å bevege seg opp et trinn? Vær ærlige i vurderingen av dere selv. Dette er ingen konkurranse, men et hjelpeverktøy.

I idéprosessen med ungdom – la det være så mange åpne dører som mulig, men sett rammen i form av noe enkelt. Det kan være et arrangement, en festival, en fast aktivitet over tid etc. Kreativitet trives best innenfor noen rammer, det er aldri så vanskelig å komme på idéer som når man får beskjed om at «alt er mulig».

Tør å la prosjektet gå litt galt, slipp kontrollen. Hva er det verste som kan skje?

For å kunne jobbe på trinn åtte i medvirkningsstigen må du involvere ungdommene i så mange prosesser som mulig og gi de opplæring i det de ikke forstår. Dette øker eierskapet til prosjektet, noe som er avgjørende for å ha de med på oppløpssiden når prosjektet skal realiseres. Det gjør også at du kan dempe din påvirkningskraft som ungdomsarbeider i beslutningsprosessene.

Medvirkningsarbeid med ungdom er prosessarbeid. Det er læringsprosessen som er det viktigste, selv om man ikke skal underslå viktigheten av at resultatet også blir noe ungdommene er stolt av.

UNGDOM SOM RESSURS

Ungdom er en ressurs på klubben i kraft av sin personlighet, hva de kan og har interesse for. De er fysisk tilstede på klubben og i relasjon med de andre ungdommene. I hvor stor grad ungdommene bidrar som en ressurs inn i klubben handler i hovedsak om hvordan du som ungdomsarbeider lar ungdommene slippe til. Fra ungdomsarbeideren krever dette oppmerksomhet, overblikk og god relasjon med hver enkelt ungdom.

FAKTA

Sjekkliste for grad av medvirkning:

- Ungdom blir spurt og oppfordret til å delta.
- Ungdom deltar i aktivitet/prosjekt og ansvarsgruppe/crew.
- Ungdom tar initiativ til prosjekt og aktivitet.
- Ungdommen kan jobbe mer selvstendig med prosjekt og arrangement.
- Ungdommen har opparbeidet seg solid erfaring og kunnskap, jobber helt selvstendig, driver prosjekt og/eller er instruktør.

TIPS

UNGDOM OG FRITIDS KURS OG FAGSTOFF

Kurs for ungdom.

Ungdom og Fritid tilbyr tre typer kurs for ungdom om søknads-skriving, prosjektutvikling og demokrati-forståelse. Du kan bestille kurs på våre nettsider, eller du kan laste ned Ungdom og Fritids app.

LAV

MIDDELS

HØY



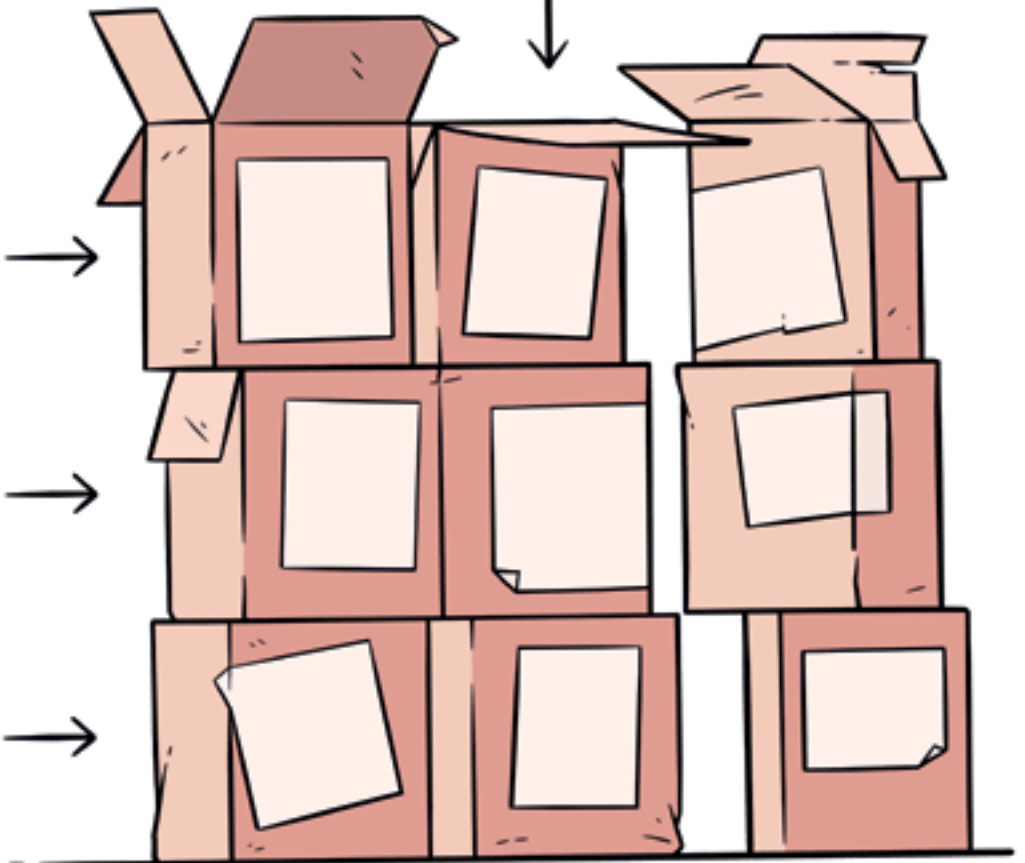
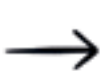
MOTIVASJON



MULIGHET



KUNNSKAP
KAPASITET



MODELL -Tilpasset medvirkning

TILPASSET MEDVIRKNING

De fleste vet at det er ideelt at ungdommenes initiativ ivaretas, men ofte må de voksne hjelpe til med å dra prosjektene litt i gang. En ungdom kan oppleve varierende motivasjon, da er det ungdomsarbeiderens oppgave å tilrettelegge og hjelpe til å gjøre deltagelsen mulig. Voksne kan gjerne hjelpe til med å tilrettelegge, men de må også vite når man skal trekke seg tilbake.

Snakk med ungdommene, se dem i øynene og bli kjent med dem.

Hva forteller de at de er gode på og hva kan du se at de ikke forteller deg? Lytt aktivt, og grav etter interesser, engasjement og erfaringer.

Det er viktig at deltakelsen er tilpasset ungdommens motivasjon, sosiale ferdigheter og kompetanse. Ungdommenes motivasjon er kanskje ikke like mye tilstede hele veien gjennom en planlagt aktivitet, arrangement eller et prosjekt. Det er da din rolle som ungdomsarbeider å hjelpe dem med å finne motivasjonen igjen. Dersom det er et element av utfordring i oppgavene vil ungdommene lettere holde motivasjonen oppe fra begynnelse til slutt. Hvis ansvaret blir for stort, eller oppgaven for vanskelig, vil det ikke bli en god opplevelse for ungdommen. Og hvis det er for lett, vil de kjede seg. Denne balansen, må du, som ungdomsarbeider finne.

TIPS

Å lære ungdom å ta ansvar krever nye metoder og strategier. Og ikke minst krever det at du som ungdomsarbeider klarer å gi ansvaret fra deg. Holdningsskapende arbeid starter med ungdomsarbeideren selv. Uten bevisstgjøring og selvinnsikt vil det ikke være grobunn for å skape et godt læringsmiljø og holdningsendrende strategier.

Det vil alltid være en rekke variabler som påvirker graden av medvirkning:

- **KUNNSKAP/KAPASITET**
– Graden av deltakelse må være tilpasset ungdommens ferdigheter og kompetanser.
- **MULIGHET**
– Rammene, som tid, økonomi, utstyr og lignende må være på plass.

MOTIVASJON

– Oppgaver og utfordringer tilpasset ungdommens engasjement og egeninteresse.

Dette perspektivet vil vi ta med oss videre, dette er et verktøy du kan bruke når du skal jobbe med medvirkning. Ved å analysere ungdommene i denne modellen kan du se hvor du bør legge inn din egen arbeidsinnsats.

LIVSLØPET – FRA DELTAKER TIL AMBASSADØRER

Åpne møteplasser er et helårs tilbud, det vil si at ungdom over tid kan utvikle seg. Vi vil nå gå nærmere inn på de ulike stadiene en ungdom kan gå gjennom, et såkalt livsløp fra første gang man kom inn døren. Modellen under beskriver en utvikling fra deltaker til ambassadør.

1. Deltaker

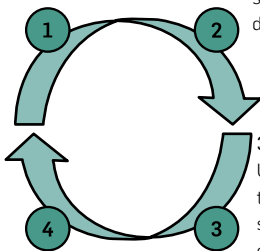
Ungdommer som kommer inn døra, som enda ikke er en drivkraft. Nye ungdommer, eller uengasjerte brukere.

2. Utøver

Ungdommer som viser lidenskap og engasjement i sin aktivitet, og som kan være drivkraft i denne aktiviteten.

4. Ambassadør

Eldre ungdom som over lengre tid har vist ekstra engasjement i klubben eller i en spesifikk aktivitet og som nå ikke er en del av målgruppen eller brukergruppen.



3. Ung Leder

Ungdommer som tar tak og ser helhet. De som kan tåle ansvar og viser engasjement utøver egen aktivitet.

Overgangen mellom de ulike gruppene, er hvor magien skjer: Hvordan «Unge Ledere» kan brukes til å skape flere «Utøvere» ut av alle «Deltakerne». Og hvordan «Ambassadørene» kan være med å skape ny rekruttering, og kanskje undervise «Utøverne» og «Deltakerne».

Med utgangspunkt i denne modellen kan dere altså kartlegge ungdommene du blir kjent med hjelp følgende fire nivåer:

1. Deltaker
2. Utøver
3. Ung Leder
4. Ambassadør

All ungdom kan ta reisen fra deltaker til ambassadør, og du kan hjelpe dem ved å bruke de verktøyene vi har presentert for deg (modellen for tilpasset medvirkning og medvirkningstigen).

1. DELTAKER

På enhver klubb finnes ungdommer som ikke ønsker å ta så mye plass, som ikke ønsker å stikke seg ut eller drive frem noe aktivitet. Dette er de passive deltakerne. De er så vidt med på det som skjer. Men det viktige er: De er på klubben og du har mulighet til å hjelpe de til å bli aktive deltakere!

TIPS: Hos disse ungdommene trengs det litt mer tid. Ungdomsarbeideren må opparbeide seg en relasjon og skape tillitt. Det kan dreie seg om å skape små mestringsopplevelser og gi gradvis ansvar. Snakk med ungdommen og finn ut hva de interesserer seg for, kartlegg hva de trenger for å komme i gang med dette.

2. UTØVER

Du vil alltid finne noen ungdommer som er lettere å få med på ting enn andre. De som tør å trække utenfor sin egen komfortsone. Disse ungdommene er enklere å dra med seg, og det er her du kan finne gode ressurser til ungdomsklubben. Ungdomsarbeidere må se hva ungdommene selv viser og samtidig klare å se bak fasaden. Dere er i en posisjon der dere kan se potensialet i ungdommene og legge til rette for å utvikle potensialet deres.

TIPS: Bruk modellen *Tilpasset medvirkning* til å kartlegge behovet. Her kan ungdommen ha stor motivasjon og god mulighet til å delta, men kanskje ikke nok kunnskap. Her må du som ungdomsarbeider inn for å hjelpe og bistå med dette. Du må passe på å gi dem store nok utfordringer og ansvar slik at de har nok engasjement for oppgaven.

3. UNG LEDER

Finn den ene, eller kanskje de to, tre ungdommene som har et godt eierskap til klubben, et stort hjerte for de andre ungdommene og som har kapasitet til å trekke ungdommer med seg. Finner du den eller disse personene, har du et enormt potensiale til å drive meningsfull og reel ungdomsmedvirkning på klubben. Ha tett og god dialog med denne gruppen, og følg gruppen nøye opp. Gi de ansvar og kast de ut på dypt vann. Disse ungdommene lærer seg å svømme hvis du gir dem muligheten. Ungdomsarbeidere

er ofte presset på tid og krav om aktivitet og at det må skje noe. Pass på at du bruker tiden din på å veilede og kanalisere initiativtakerne. Du kommer til å se at den tiden du legger ned vil betale seg mangedoblet tilbake. Mobiliserer du gode initiativtaker i klubben som kan dra lasset sammen med deg og vise hvilken retning klubben bør styres, så kan du være sikker på at du jobber i riktig retning og at du når ungdommene på et helt annet nivå. Disse ungdommene er ofte en stor ressurs inn mot synliggjøring av arbeidet som klubben gjør. Få hjelp av disse ungdommene til pengesøknader, presentasjoner i kommunestyret, i avisen og i sosiale medier. Beklager å si det – men de er mer interessante enn deg.

Disse har masse motivasjon, god kunnskap og stor kapasitet jmf. modellen *Tilpasset medvirkning*. Du må passe på at de får utfordringer og ansvar tilpasset deres nivå. Du fungerer nå mer som en mentor som hjelper ungdommen med å finne svarene selv og til å videreutvikle seg.

4. AMBASSADØR

En gang, langt der fremme, kan den ungdommen som bare datt innom klubben en dag, bli din neste, og beste, ansatt eller kollega. Tør å tenke såpass langsiktig! Gjør du som ungdomsarbeider en best mulig jobb med en eller flere ungdommer gjennom de foregående punktene, så får du verdens beste ungdomsarbeider, og medmenneske, ut i andre enden av livsløpet.

Som ungdomsarbeider må du tørre å tenke langsiktig samtidig som du er tilstede her og nå. La ungdommene få vise deg sitt potensiale gjennom å ta dem på alvor og vise at de har et enda større potensiale enn de kanskje selv tror. Å få frem ressursen i ungdommen handler også om fritidsklubben som en arena for uformell læring. Gjennom aktiviteten og utfordringene ungdommene møter på klubben, utvikler de kompetanse som vil gi dem fortrinn i møte med arbeidslivet.

Kort fortalt handler dette om å bli kjent med ungdommene og la dem få lov til å bli kjent med deg og klubben. Det er ikke meningen at alle ungdommene på klubben skal starte

som passive deltakere for så å bli ledere. Det er en naturlig avskalling i hvem som skal være med på hva, og hva slags ansvar de får. Men det er viktig at du tar deg tid til å kartlegge og bestemme deg for hvem du skal jobbe videre med, hvem du skal gi ansvar og hvem du skal dytte litt lengre enn de selv først vil. Som ungdomsarbeider er du en god menneskekjenner og dette oppfordrer vi deg til å stole på. Stol på magefølelsen og hva relasjonen til ungdommene forteller deg.

TIPS

Bruk modellene vi har presentert som et verktøy for å kartlegge og tilrettelegge utfordringer til den enkelte ungdoms behov og ønsker.

Vi skal nå gi deg et praktisk eksempel på hvordan man kan jobbe med ungdom som ressurs. Her vil du forhåpentligvis finne inspirasjon, samtidig som du ser teorien bli satt ut i live. Det er fullt mulig å flytte en ungdom fra nivå 1 til nivå 4, slik dette eksemplet fra Aktivitetshuset Volt i Lørenskog viser. Her skal du få lese om hvordan man kan mane frem et nytt ungdomsmiljø på klubben gjennom å finne ressursene i ungdommene, gi de faglig påfyll og samtidig arbeide med ung-til-ung for å bygge et teknikermiljø.

PRAKTISK EKSEMPEL

FRA DELTAKER TIL AMBASSADØR

På Aktivitetshuset Volt har man de siste 4-5 årene arbeidet målrettet med å utvikle et sceneteknisk crew som i så stor grad som mulig kan drifte Volt scene – en velutstyrt konsertsal/blackbox med publikumskapasitet på 300. I 2011 begynte to unge gutter på 13 år og tilbringe tid på scenerommet, etter å ha deltatt på trommekurs og medieverkstedet. De fikk lov å prøve seg på det meste - styre og programmere lys, kjøre lyd og være teknikere på arrangement. De brukte gradvis mer og mer tid inne på scenen og ble fort Volts husteknikere. De fikk mer og mer ansvar og etter hvert begynte man å satse mer systematisk på

sceneteknisk crew på huset. Dette gjorde man først gjennom å leie inn eksterne workshopholdere. Deretter gjennom å ansette en egen teknisk ansvarlig i 25 % stilling. Man sørget også for at de fikk jobbe med profesjonelt utstyr, slik at de fikk bransjerelevant erfaring. De voksne begynte å snakke om ungdommene som uunnværlige, «uten dere på lys blir det mørkt på alle konsertene våre», og la en plan for å begynne å betale de som kursholdere for andre ungdom.

I løpet av denne tiden kom det til et par nye ungdom, og særlig én av disse delte den scenetekniske interessen med de to andre. Da de tre guttene var 16-17 år gamle, ble de ansatt på Volt som kursholdere for nye ungdom som var interessert i sceneteknikk. De skulle være ansvarlige for opplæringen sammen med teknisk ansvarlig på Volt. Tanken var å sørge for at nye ungdom møtte unge rollemodeller i miljøet som de kunne se for seg å bli som. «Dersom Volt tør å ansette tre 17 år gamle gutter, så tør de kanskje også å ansette meg etter hvert, hvis jeg jobber hardt?»

Etter hvert ble det en liten gruppe med ungdom som møttes hver uke og «nerdet» på sceneteknikk. Et par ganger i måneden jobbet de opp mot arrangementer med å programmere lys og lese tekniske ridere. Og de jobbet på arrangementer som UKM, konserter, Kulturnatt osv. Man sørget også for at de fikk treffe andre som jobbet med det samme, både gjennom det lokale kulturhuset, og gjennom nettverk av andre ungdomshus med sceneteknisk ungdom. De gikk videre i UKM som teknikere og fikk jobbe på større og andre produksjoner, og fikk opplæring av nye voksne. Hele tiden sørget man for at de fikk luftet seg slik at de ikke gikk lei av å jobbe på samme scenen, men kom tilbake med faglig påfyll og nye ideer til hvordan de kunne løse en kreativ utfordring på Volt. Da Volt inngikk samarbeid med en fast leverandør av lyd og lys til festivalen, ble ungdommene koblet på dette firmaet og fikk jobbe sammen med leverandøren på festivalskolens eksamensoppgave – re:voltfestivalen. Dette knyttet nye kontakter, og fagmiljøet fikk se ungdommene «in action», noe som førte til at flere av dem ble tilbudt freelance-jobber i firmaet som teknikere på andre produksjoner.

I dag er to av disse ungdommene 20 år og driver et firma

sammen. De eier eget utstyr og gjør jobber blant annet for leverandøren de ble kjent med for et par år tilbake. Den tredje av ungdommene går siste semester på videregående skole og er ansatt som produksjonsansvarlig under avvikling av arrangementer på kulturhuset i Lørenskog.

FAKTA

Aktivitetshuset Volt er et kulturhus for ungdom fra 13 år og opp til 25 år. Volt rommer blant annet øvingslokaler for band, studio, kurslokaler og scene. Volt scene har faste arrangement hver måned. Volt tilbyr en rekke kurs innen musikk og -produksjon og nysirkus. Det er også mulig å jobbe frivillig på Volt som teknisk crew (Tech crew) under konserter/arrangement eller på Volt kafé (Food crew).

VOLT FESTIVAL i Lørenskog er et arrangørtilbud for ungdom i alderen 13-20 år. Volt Festival tilbyr gjennom et år en rekke gratis kurs innenfor teknisk sceneproduksjon, booking, markedsføring og arrangering. Kompetansen en tilegner seg her brukes til slutt på å programmere en egen festival fra bunnen av. Alle tilbud er gratis, foregår etter skoletid og er åpent for ungdom på hele Østlandet.

ANALYSE AV PRAKTISK EKSEMPEL

Hva skjer?

I eksempelet ser vi en gradvis utvikling hos tre ungdom. De går fra å være deltakere som spiller trommer og henger på medieverkstedet, til å bli ambassadører og instruktører på Volt.

Hvordan skjer det?

Grunnen til at de går hele veien, er en god kombinasjon av deres eget initiativ og ansatte på Volt som ser ressursene deres og legger til rette for at disse ungdommene skal utvikle seg. Dette handler om at man som klubb blir ansett som relevant av ungdommene som bruker tilbudet.

Effektive grep som gjøres er:

- Man gir ungdom tillit til å leke og utforske dyrt utstyr i trygge omgivelser. Personalgruppen er enig om at det skal være mulig for ungdom å bruke utstyret, man senker terskelen for å gjøre feil, lærer opp ungdommene til å gi beskjed hvis de ødelegger noe og gir de full tillit med ansvar.

- Man tar et strategisk valg på ungdomshuset om å bygge opp et miljø over tid, fordi dette miljøet har etablert seg selv gjennom noen ungdommer som har blitt ledere i dette miljøet.
- Man leier inn workshopholdere som gir faglig påfyll fordi man innser sin egen utilstrekkelighet. Dette er viktig å huske på, dersom man vil bli oppfattet som relevant. For å sette ungdom i stand til å medvirke i så høy grad som mulig, trenger de å utvikle ferdigheter. Jo flere ferdigheter ungdommene får utvikle, jo lettere får man til ung-til-ung.
- Man ansetter deretter en fagansvarlig som skaper stabilitet i tilbudet og gir ungdommene det kontinuerlige faglige påfyllet de ikke klarer å skaffe seg på egenhånd, samtidig som man bygger relasjon med ungdommene gjennom å gi de et fast «holdepunkt» i en voksen tekniker på huset.
- Man begynner å fortelle ungdommene at de er uunnværlige ressurser på huset, og gir de en følelse av å bety noe viktig.
- Man ansetter ungdommene til å lære opp andre ungdom, og sikrer at de ikke forsvinner ut av huset med verdifull kunnskap men overfører den til andre ungdom. Samtidig lærer man disse ungdommene noe om å være rollemodeller for yngre ungdom, og over tid inkluderer de mer og mer i personalgruppa på huset.
- Man kobler på andre kulturproduserende enheter og fagmiljøer utenfor huset, slik at de eldste ungdommene har enda mer å strekke seg mot. Og dersom de har lyst til å gå inn i bransjen, blir de gitt en mulighet til å etablere viktige kontakter.

Hva er virkningen?

- Det blir synlig for andre ungdom som besøker huset, at det er ungdom som driver aktivitetene.
- Ved å dytte ungdommene foran seg, får Volt et rykte som et sted som gir ungdom muligheter. Dette gjør at man blir kontaktet av rådgivere og sosiallærere på skolene om konkret samarbeid.
- Man får lojale ungdom på huset som er opptatt av å ta vare på utstyret og hverandre.
- Ungdom får attester og voksne referansepersoner når de søker jobb.

- Nye ungdom oppsøker tilbudet spesifikt fordi de blir kjent med andre ungdom som allerede er teknikere på huset.
- Ungdom knytter relasjon på tvers av alder.
- Ressurser i voksne på huset frigjøres til andre prosjekter.
- Ungdommene blir så erfarne at de lærer opp voksne ansatte.
- Det oppleves som om man driver klubben sammen med ungdommene.
- De blir gitt andre muligheter i bransjen som er relevante.

Hva sier ungdommene selv om erfaringen?

«Volt har vært et åpent sted der scenen har kunnet brukes når som helst til å pusle, lære, feile og rote. Volt ga meg ansvar tidlig i prosessen sånn at jeg fikk vite hvordan det funker å ha ansvar for noe. Jeg lærte at «hvis ikke DU gjør dette, så kan vi ikke ha konsert, fordi da har vi ikke lys.» Dette gjorde at jeg vokste, og det er nå noe jeg prøver å lære videre til andre ungdom jeg jobber med i dag som instruktør på Volt tech. Også har jo de voksne vært gode «kollegaer» sånn at det var alltid gøy å være på jobb. Kort sagt – det at Volt behandlet oss som voksne, ikke som 13-åringer som ikke fikk lov til å røre det dyre utstyret, betydde mye. Det ble et sted å prøve og feile.»

Håvard, instruktør på Volt tech (18 år)

«Jeg vil si at Aktivitetshuset Volt har vært en perfekt arena for å starte med lyd-produksjon, og som etter hvert utviklet seg til konsertlyd og -lys. Jeg har bruk utallige mange timer frivillig til å drive noe jeg virkelig fikk smaken på som 12-åring da jeg startet i Volt sine gamle lokaler i et litt utdatert lydstudio! I 2011 fikk Volt helt nye lokaler i Lørenskog hus. Lokalene her var noe helt annet enn hva vi var vant til og vi fikk en skikkelig proff ungdomsscene! Her ble interessen større og større for live lyd og hovedsakelig lys. Vi lærte oss hele systemet, og fikk etter hvert erfaring til å kunne kjøre konserter helt uten noen andres hjelp! Det var motiverende, med mange utfordringer, og veldig morsomt når man klarte å mestre disse utfordringene.»

Jeg vil si jeg er relativt selvlært innen lysteknikk, men er det ikke det som er det beste? Volt har hvert fall vært den beste arenaen for å lære, med mye utstyr og mye frihet til å bruke lokalene slik som vi ønsket. Da kunne vi knote og lære oss alt på den tiden vi hadde, og vi brukte mange timer av fritiden på dette. I dag jobber jeg mye freelance for Oslo Lyd og Lys som jeg kom i kontakt med gjennom re:voltfestivalen Volt arrangerer hver sommer. Det er morsomt å kunne få være med på større jobber, samt tjene på det vi har lagt igjen så mange timer frivillig til å lære! Aktivitetshuset Volt har vært landets beste arena for å komme inn i dette nettverket!>

Henrik, første tech crew på Volt (20 år)

DEMOKRATI PÅ ÅPNE MØTEPLASSER

Åpne møteplasser for ungdom organiserer det interne demokratiet på ulik måte, men tradisjonelt har en stor andel hatt et styre eller råd. Styrken deres er at de tilpasser formen etter ungdommens behov og ønsker. Ulike former for medvirkning er klubbråd, allmøte, ungdomsstyre, husstyre, prosjektgruppe, interessegruppe, unge ledere, mentorer, unge arrangører og lignende. Det er blitt mer vanlig med ansvarsgrupper som leder hvert sitt område på huset (f. eks ulike crew for arrangement, musikk, dans, media osv). Svært mange åpne møteplasser rekrutterer også ungdom til ungdomsråd.

For at en fritidsklubb eller et ungdomshus skal kunne bli medlem av Ungdom og Fritid må tilbudet være brukerstyrt. Unge skal ha en reell innflytelse over sin egen fritid og må involveres i driften.

ANSVAR OG DELTAKELSE:

For at ungdommen skal finne sin plass i demokratiet, må man slippe dem til og gi dem ansvar. Da skaper man rom for medvirkning. Men, du må være klar over at det i seg selv ikke er noen garanti for medvirkning. Det å delta i en arrangementskomité, stå for musikken i diskoteket, eller stå i billettluken betyr ikke automatisk at disse ungdommene er tildelt myndighet til å

bestemme noe som helst. Likevel er nok slike ansvarsoppgaver en forutsetning for at ungdommene skal føle tilhørighet, og at de gjennom å få delta i slike prosesser ønsker seg større innflytelse over beslutningene som fattes.

Man kan si at utviklingen av ansvarssystemer er et skritt på veien til demokratiet. Ansvar gir innsikt i et system, som de i neste omgang kan bruke for å hevde sin rett og å si sin mening.

UNGDOMSMEDVIRKNING GJENNOM STYRE OG ALLMØTE

På noen åpne møteplasser utpekes klubbstyret av de ansatte, mens styret velges av brukerne på et allmøte andre steder. Et valg bør forberedes grundig, det bør innkalles i rimelig god tid, og det bør foregå på et allmøte hvor selve avstemmingen skjer skriftlig. Sammensetning av styret bør reflektere stedets ulike virksomheter (for eksempel åpen virksomheten og gruppevirksomhet). Man bør tilstrebe en kjønnsmessig og aldersmessig balanse. Styret møtes regelmessig, på fast møtested, og med fast ansatt veileder tilstede.

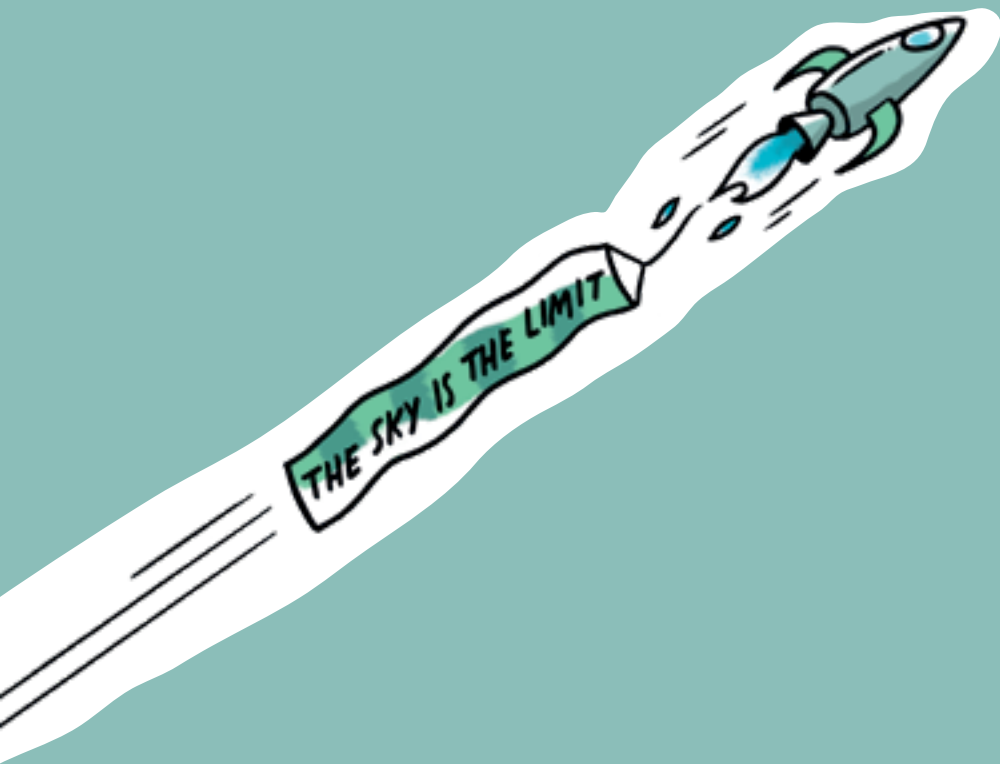
FAKTA

Direkte demokrati: Gjøres gjennom å avholde avstemming/valg eller allmøter hvor alle har mulighet til å delta.

Representativt eller indirekte demokrati: Gjøres gjennom valg eller allmøter hvor alle har anledning til å delta, velges det representanter til et styre.

Styret bør ha myndighet til å

- disponere aktivitetstilbud
- behandle søknader fra medlemmer og brukere
- sette opp program for klubbkvelder
- planlegge og eventuelt lede større arrangementer
- utvikle klubbregler og sanksjoner ved brudd på disse representere og markedsføre klubben overfor lokale politikere og nærmiljø



Vi vil konkretisere dette med noen eksempler fra Ungdom og Fritids medlemmer.

X-Ray ungdomskulturhus (Oslo)

Ungdomskulturhuset har et eget husstyre som bestemmer. Alle gruppelederne (og vara) møtes jevnlig til husstyre-møter hvor saker som angår huset blir diskutert og stemt over. Ungdommene har i felleskap makt til å ta avgjørelser i forhold til hvilken retning husets aktiviteter beveger seg i, hva slags arrangement som skal finne sted, hvem som skal få starte nye grupper og hvordan huset skal ta stilling til eventuelle situasjoner som måtte oppstå. Ungdommen får erfaring med å søke midler til prosjekter, organisering av arrangementer og med å løse problemer i felleskap. Hvert møte samler 25-30 stykker, hvor de som har gått der i mange år fungerer som veiledere for nye brukere. En ungdom leder møtet og møteledelsen går på omgang. Møtene holdes en gang i måneden og huset produserer en dagsorden som blir sendt til alle før møtet. Bortsett fra saksoppfølging og nye saker så er det alltid noen faste punkter:

- Alle grupper forteller om hvordan det har gått siden sist møte.
- Gruppene informerer om videre plan.
- Informasjon fra huset.
- Nye grupper.

Ungdommene står selv for styreregler. Gruppeleder informerer gruppene sine om saker fra husstyret. I tillegg fører en ansatt referat fra hvert møte som henges opp til info. Husstyret består av gruppeledere fra hver gruppe, nye grupper blir invitert til husstyret og forteller om seg selv før husstyret tar en avgjørelse. Deretter må de fylle ut et skjema/kontrakt før de endelig kan få nøkkelkort til huset.

Hvert år holdes det seminar for husstyret som går over en hel dag. Da planlegges hele året, hva som skal skje av arrangementer, seminarer, prioritering av utstyrsinnkjøp og hvordan pengene skal brukes. Hvert husstyre-møte og seminar blir referert, og formidlet til alle brukene på skjerm i allrommet sammen med viktig info, møter



og nyheter. X-Ray har utover husstyremøtene ingen formelle regler. Gruppene må rydde etter seg og behandle utstyret på huset med respekt.

Klubbrådet på Trosterudklubben

Trosterudklubben har et eget klubbråd som er med på å bestemme hva slags prosjekter og aktiviteter som skal igangsettes og hvilke prioriteringer som bør gjøres ved kjøp av utstyr. I tillegg til klubbrådet har de en egen frivillig ungdomsgruppe som hjelper til med daglig drift når det er åpen virksomhet og jobber i døra på kjøkkenet osv. Dette er ungdom som vil bidra med sin hjelp til klubben.

Brukerråd

Alle fritidsklubbene og ungdomstilbudene i bydelen har et klubbråd. Alle disse klubbrådene utgjør et felles brukerråd. Medlemmer av en fritidsklubb/fritidstilbud kan stille til valg eller bli foreslått inn i klubbråd i klubben der de er medlem

- Klubbrådet har en rådgivende funksjon i klubben de representerer.
- Klubbrådet uttaler seg i saker vedrørende egen fritidsklubb/fritidstilbud.
- Klubbrådet er ungdommens talerør.
- Medlemmer i klubbrådet deltar i brukerråd med politikerne 1-2 ganger i året (dialogmøte).
- Klubbrådene avholder et visst antall møter pr år lokalt på hver klubb.
- Klubbrådene samarbeider om felles samlinger/møter.
- Klubbrådene samarbeider om felles arrangementer.
- Elles opplæring for alle klubbrådene i enheten, og studietur.
- Utarbeidelse av felles håndbok.

Styret ved Parken ungdomshus (Dokka i Nordre Land kommune)

Ved det årlige allmøtet blir klubbstyret valgt. Retningslinjer for allmøtet:

Allmøtet er klubbens øverste myndighet.

- Allmøtet vedtar klubbens lover og regler eller forandringer av disse.
- Allmøtet fatter vedtak om:
- Klubbens drift, hva de økonomiske midlene skal brukes til (aktivitetsmidler).
- Allmøtet velger klubbstyre og gir det oppgaver og ansvar.
- Allmøtet skal holdes hver fjerde uke på fast ukedag og tid.
- Alle medlemmer kan foreslå saker til allmøtet, enten i forslags- kasse eller direkte på møtet.
- Allmøtet kan fatte vedtak når minst 20 % av medlemmene er tilstede.
- Bare medlemmer har stemmerett på allmøtet.

Allmøtet ledes av klubbstyrets leder, eller en annen i klubbstyret. Klubbleder/ ansatte kan holde allmøte hvis situasjonen krever det. Allmøtet kan ikke fatte vedtak som strider mot:

- Norsk lov
- Kommunale vedtak
- Klubbens regler

FAKTA

Ønsket om å tilnærme seg en demokratisk klubbdrift, hvor ungdom har tilegnet seg høy grad av myndighet og ansvar, må ikke forstås slik at ungdomsarbeiderens tilstedeværelse er mindre viktig. Snarere tvert imot. Du som ungdomsarbeider skal både være tilrettelegger og pådriver i utviklingsarbeidet for stadig nye ungdomskull, og skal sørge for at det ansvaret som ungdommene gis anvendes i henhold til vedtatte målsettinger. Samtidig skal du være en årvåken garantist for at enkelt individers og svake gruppers behov blir tydeliggjort og fremmet, slik at de blir ivaretatt i den demokratiske prosessen.

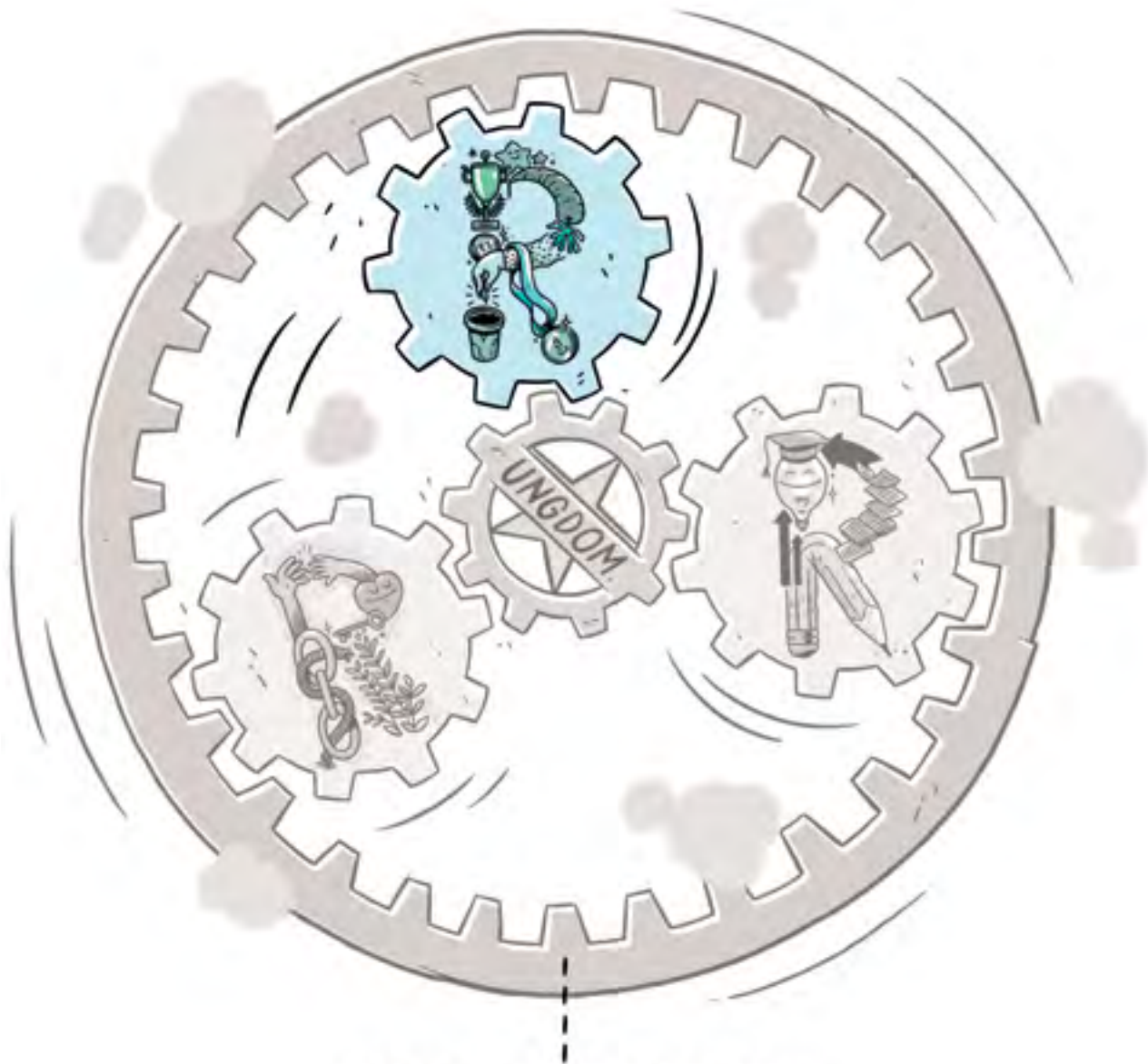
TIPS

YO PRO

YO PRO er forkortelse for Youth work in Progress. Dette er en ikke-formell læringsmetode som baserer seg på fritidspedagogikk. Målet er at ungdomsarbeidere skal kunne veilede ungdom mer bevisst gjennom praktiske øvelser og veiledning. Veiledningsmetoden ligger tett opp til det engelske begrepet "Empowerment" som kan oversettes til "å gi kraft" eller "å sette i stand til".

Dette er YO PRO:

Kreative prosessøvelser hvor alt fra en liten ungdomsgruppe til et helt nærmiljø kan delta med sine tanker og ideer om aktuelle tema. Det handler om å gi ungdom kompetanse til å planlegge, organisere og gjennomføre små eller stor prosjekter. Bistå ungdom i å identifisere egne ferdigheter gjennom å analysere oppnådde prestasjoner. Gruppeøvelser gir de videre en mulighet til å se sin egen kompetanse i sammenheng med andres. Ungdom og Fritid benytter seg av denne metodikken i våre kurs.



UNGDOMSARBEIDEREN

OPPSUMMERING AV RESSURS

Ressurs handler om hvordan ungdomsarbeideren bruker medvirkning for å jobbe med myndiggjøring av ungdommene, og hvordan *relasjon* er et godt verktøy for å finne ressurser i ungdom. Det handler om hvordan du kan gjøre en analyse av ungdomsmiljøet for å dele inn i grupper som har utbytte av å trekke veksler på hverandre og som kan bidra til at klubben din blir som et sted som dyrker frem ressurser. I dette kapittelet legger vi mye av grunnlaget for hvordan du jobber godt med å bli oppfattet som en attraktiv arena for ungdom.

Den viktigste ressursen du har i klubben er ungdommene. En trent ungdomsarbeider kan se og analysere ungdomsmiljøet, og på den måten tilrettelegge for god ressursutnyttelse. En målsetting når man jobber med ressurser, er å gi ungdom den kunnskapen som er nødvendig for at de skal kunne utvikle seg til å bli signifikante bidragsyttere i eget ungdomsmiljø og på klubben. Det er din jobb som ungdomsarbeider å se den enkelte ungdoms potensiale, og å tilrettelegge for at riktig kunnskap blir tilført ungdommen slik at den kan vokse. Å arbeide med ressursutvikling av ungdom kan vi kalle en myndiggjøringsprosess. Dere kan bruke medvirkningsstigen som et verktøy for å analysere hvordan dere jobber i din fritidsklubb. Ikke alle ungdommer på klubben må bli ledere eller svært aktive deltakere, men du trenger å ha et bevisst forhold til hvem som er hva, og hvem du tror det kan være bra å utfordre. Her er ditt viktigste verktøy relasjonsbyggingen du gjør med ungdommene. Uten relasjon, ingen myndiggjøring. Her kan du bruke modellen for *Tilpasset medvirkning* for å kartlegge hvor du skal legge fokuset.

Du kan kartlegge ungdommene du blir kjent med på fire nivåer:

- Deltakeren: Ønsker ikke å ta mye plass. Er ikke så delaktig i det som skjer, men de er der og det i seg selv betyr at du gjør noe riktig.
- Utøveren: Er gjerne med på ting og tør så vidt å prøve noe nytt. Her har du et godt utgangspunkt for å finne ungdom som kan utvikles til å ta større eierskap i klubben. Disse bør du bruke mye tid på å utvikle god relasjon til og kartlegge interesser, drømmer og potensiale.

- Ung leder: Har allerede et godt eierskap til klubben, gode relasjoner med de andre ungdommene og er flink til å sette i gang ting på eget initiativ. Denne gruppen må du ha en tett dialog med og følge nøye opp. Tiden du legger ned i disse, får du mangedoblet tilbake.
- Ambassadøren: Blant initiativtakerne/lederne vil du ofte finne ungdom som du til slutt ansetter som instruktør, klubbarbeider eller som blir din viktigste ambassadør.
- Jobber du godt med området ressurser, gjør du jobben din med området relevans enklere. Unge ledere og ambassadører gir den beste omdømmebyggingen du kan få.

TIPS

Gjør dere synlig!

Lurer du på hvordan dere kan bruke Instagram som verktøy for å synliggjøre klubben deres? Sjekk ut Ungdom og Fritids «Håndbok til ungdomsarbeidere». Dette er et verktøy til ungdomsarbeidere laget i forbindelse med Ungdom og Fritids Kulturkapsel. Her får du en innføring i å bruke fotografi og sosiale medier, og du får gode tips til markedsføring og synliggjøring av din klubb. Denne finner du finner du på våre nettsider ungdomogfritid.no under publikasjoner.

TIPS

Ungdom og Fritids Frifond:

Ungdom og Fritid deler hvert år ut over 9 millioner kroner til våre medlemmer. Pengene går til ungdommens lokale aktiviteter i våre medlemsklubber og ungdomshus. Midlene skal bidra til å skape mer aktivitet på de åpne møteplassene for ungdom. Gjennom Ungdom og Fritids Frifond kan våre medlemmer søke om penger til prosjekter og ulike typer arrangementer i regi av klubben. Vi gir også støtte til utstyr til aktiviteter på klubben eller kompetansehevende tiltak for ungdom. Ungdommene på klubben skal være med å bestemme type prosjekt eller aktivitet og være delaktig i søknadsprosessen. Les mer om Frifond på våre nettsider ungdomogfritid.no.



Hvordan skape attraktive tilbud og rekruttere ungdom til klubben.

RELEVANS

For å klare dette må vil vi se nærmere på andre faktorer som spiller inn, som riktig kompetanse i personalgruppa, at dere er omstillingsdyktige, at dere har kvalitetssikret opplæring, at dere produserer relevant innhold og er gode til å kartlegge egen drift og virksomhet.

Dette kapittelet tar for seg de fysiske omstendighetene som klubben eksisterer under. Hvordan dere er organisert i kommunen (rammer), økonomiske og personalmessige betingelser på klubben (drift) og hva slags aktiviteter og tilbud klubben har (arena). Gjør du et godt grunnarbeid i relasjonsbyggingen til ungdommene, og jobber med ressursutvikling av ungdommene som bruker arenaen, vil du oppleve at måten du jobber med *relevans* på fremstår som mer helhetlig. Alt henger sammen. Resultatet av medvirkningsarbeidet synliggjøres på området *relevans*. Samtidig kan *relevans*, og spesielt da fokuset på rammer og drift være viktig å se nærmere på for å kartlegge om du gjør det som er best for å legge til rette for økt medvirkning i klubben.

HVA MENER VI MED RELEVANS?

Først og fremst mener vi at *relevans* handler om hva ungdommene synes er relevant. Ungdommene vil alltid være den største ressursen du har i klubben, og når du jobber med *relevans*, er det viktig å utnytte dette på en god måte. Det betyr i bunn og grunn – snakk med ungdommene! Hva slags tilbud ønsker de seg? Når du har jobbet med å kartlegge ungdommene slik vi beskrev i ressurskapittelet, så ikke glem å ta de med i utviklingsarbeidet av klubben.

Det er ulike målgrupper du må ha et aktivt forhold til når du jobber med *relevans*, som på mange måter handler om kartlegging for å jobbe med utviklingsarbeid på klubben. Grovt sett kan man si at det er tre fokusområder man jobber med under området *relevans*: Rammer, drift og arena. De to første er spesielt relevant for deg som er klubbleder.

I alle tre fokusområdene, anbefaler vi at du tar med ungdom i prosessen. Noen ganger vil de fungere som gode rådgivere, for eksempel når du skal gjøre en ansettelse og er usikker på hvilken kompetanse du ønsker på klubben. Ungdommene har kanskje en sterk mening om hvorvidt de ønsker seg noen som kan lage dansekurs, eller om de ønsker en person som kan skru lyd. Det finnes klubber som også tar med ungdommene inn i ansettelsesintervjuene. Uansett – ungdommene skal få bestemme så mye du mener er hensiktsmessig i øyeblikket, og vurderingen din må basere seg på hvorvidt de har tilstrekkelig kunnskap og innsikt til å være involvert.

Å gi de denne kunnskapen, jobber du med når du kartlegger ressurser i ungdomsmiljøet, når du jobber med relasjon og ikke minst gjennom å jobbe med *relevans*. Selv om ungdommene kanskje ikke kan påvirke organisatorisk innplassering av klubben i kommunen, kan de helt klart være gode til markedsføring og innholdsproduksjon på klubben, og bidra til å skape godt omdømme. Det er ditt blick og din vurdering som avgjør hvor de bør få størst medvirkningsmulighet. Bare husk på å utfordre deg selv i prosessen, det gir best resultater på lang sikt.

DE TRE HOVEDFOKUSENE I DETTE KAPITTELET, HANDLER OM:

Rammer – det satte rammeverket

Hvordan er dere organisert i kommunen? Hvilke planverk er dere en del av? Hvilke politiske føringer følger deres mandat? Hvor er dere lokalisert?

Drift – handlingsrommet deres

Hvilke mulighetsrom gir driftsbudsjettet deres? Antall årsverk? Har dere inntjeningskrav? Hva slags personalsammensetning har dere? Går dere turnus – hvilken turnus? Hvordan er arbeidsmiljøet og kulturen på arbeidsplassen? Hva slags rolleforståelse har de ansatte av arbeidsplassen i lokalsamfunnet? Hvilke forventninger har «andre» til arbeidsplassen? Hvilke samarbeidspartnere har dere?

Arena – der det hele utspiller seg

Hvordan gjøre seg relevant for målgruppa deres? Hva slags omdømme har klubben? Hvordan er innholdet og stedet tilpasset lokalsamfunnet og de ungdommen dere til enhver tid har på huset? Hva er historien til klubben? Hvilke ambisjoner, kompetanse og ressurser har dere på arbeidsplassen – hva sier ungdommen at de vil ha? Matcher personalgruppen dette?

Vi skal nå forsøke å gi deg noen gode analyseverktøy, eksempler og en helhetlig oversikt over faktorer som påvirker klubbens relevans over tid.

Vi anbefaler deg å sette av tid til å jevnlig analysere situasjonen på klubben, lage punkter på hva dere ønsker å forandre, formulere mål, delmål og visjoner for fremtiden. For en klubb er det spesielt viktig å hele tiden ha et bevisst forhold til egen virksomhet, hvor man er og hvor man skal.

Dersom klubben har lite besøk, spør dere selv og spør ungdommene: «Hvorfor kommer ikke ungdom hit?». Noe av svaret kan ligge i internett og skole, men det handler i stor grad om relevansen i tilbudet klubben skaper.

Det er gjennom å stille seg selv de åpne spørsmålene, kartlegge ulike deler av virksomheten og lete etter sammenhenger, man kan

komme frem til svar som vil angi retning og prioriteringer for fremtiden. Husk alltid at en snuoperasjon tar tid, og at det kan koste både blod, svette og tårer.

Endring for endringens skyld er ikke poenget her. Men dersom man skal se på måter å gjøre jobben sin annerledes, er det viktig å gjøre en analyse av alle aspektene ved klubben. Det kan være at deler av løsningen ligger i en annen organisering av drift. For eksempel å endre på åpningstider/dager eller ansette en person med en kompetanse som mangler for å bygge opp et nytt miljø.

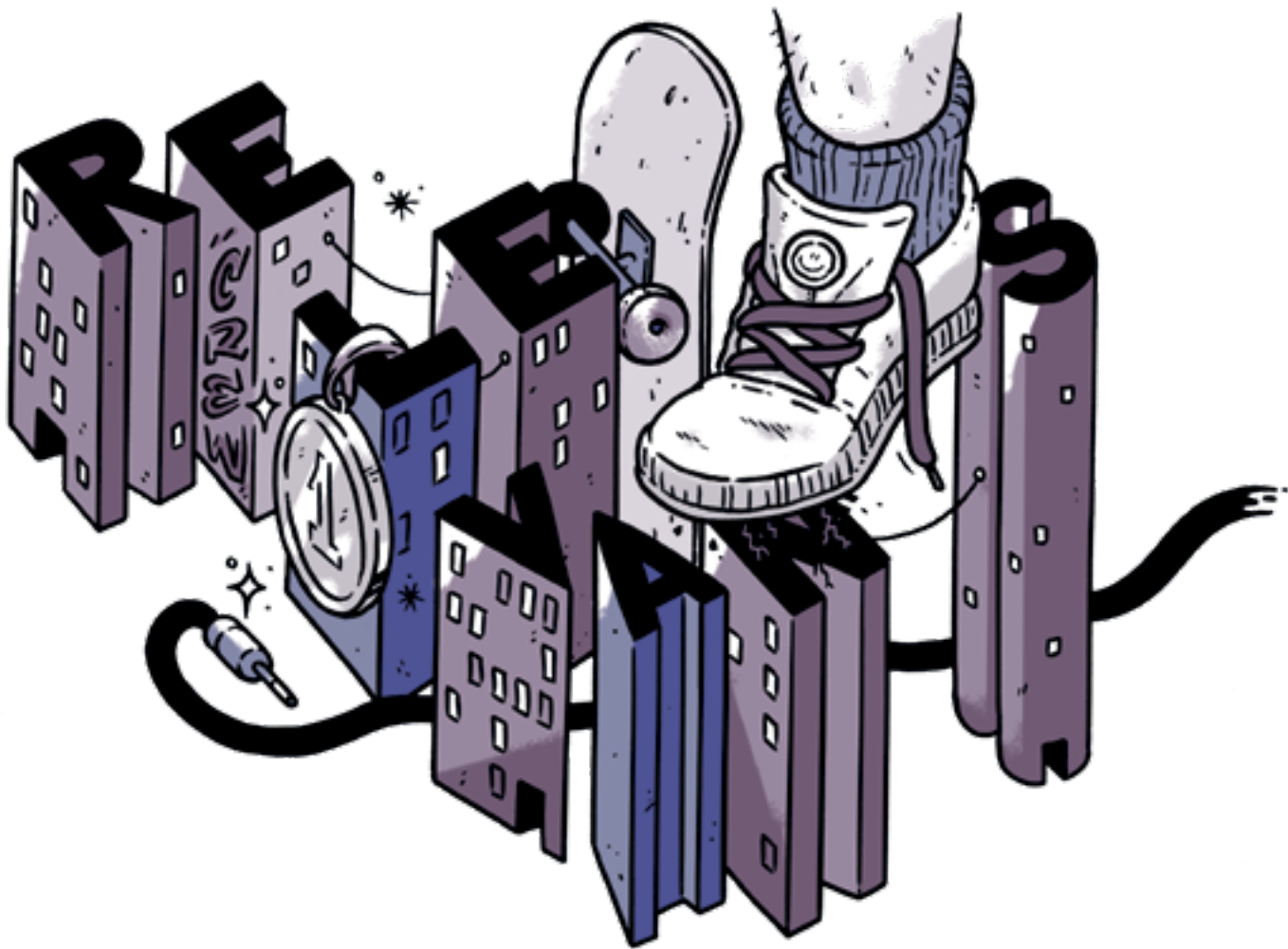
Tenk endringer i forhold til målsettinger personalgruppen skaper. Det kan være å gjøre endringer i klubben slik den oppleves av ungdommene, eller å jobbe mot miljøer og mennesker dere ønsker å samarbeide med. Bruk gjerne AI-metoden når dere skal formulere målsettinger. Den er et godt verktøy for utvikling, også av organisasjoner, fordi den er styrkebasert.

TIPS

AI-METODEN

Appreciative Inquiry (AI) er en metode og filosofi, en måte å forstå organisasjoner, mennesker og verden på, som egner seg godt som verktøy for å jobbe med å bygge mestring og vekst hos ungdom. Målet med en AI-prosess er å få frem det beste hos den enkelte, men også å skape miljøer hvor mestring og fokus på vekst er i fokus.

- **Definisjonsfasen:** Handler om å ha et positivt fokus for endringsarbeidet.
- **Oppdagelsesfasen:** Her jobber man med utforskning av den positive kjerne. Man ønsker å finne ut når personen eller gruppa funker på sitt beste. Her finner man styrkene.
- **Drømmefasen:** Går ut på å finne personens beste muligheter. Hvordan ser fremtiden ut? Målet er å skape en forestilling om hvordan fremtiden kan se ut. En positiv målsetting «der borte», skal skjerpe fokuset og få personen til å flytte seg i riktig retning.
- **Designfasen:** Handler om å lage strategi og strukturer for å komme nærmere drømmen.
- **Realiseringsfasen:** Handler om hvordan man kan bruke de tingene som gir energi og skaper optimisme til å skape nye drømmer.



RAMMER– DET SATTE RAMMEVERKET

For å starte arbeidet, still deg selv disse spørsmålene:

- Hvordan er du organisert i kommunen?
- Hvilken sektor er du underlagt?
- Har du et fagmiljø med andre som jobber med ungdom rundt deg?
- Hvilke planverk er du en del av? Er klubben nevnt i 4-års økonomiplan, sektorplan eller har den egen virksomhetsplan?
- Hvilke politiske føringer følger ditt mandat? Hva står det i budsjett-teksten din? Hva er signalet politikerne gir i budsjettbehandlingene? Har du noen politikere som er spesielt på «ungdommens lag»?
- Hvor er du lokalisert? Deler du lokaler med andre relevante samarbeidspartnere? Har du en sentral plassering? Er du på en skole? Hvilke fordeler og ulemper fører dette med seg?

Vi anbefaler å få klubben nevnt i viktige styringsdokumenter som økonomiplan og sektorplan. Det bør fremgå av kommunens planverk at kommunen har en fritidsklubb, og at denne utgjør en viktig del av et nevnt satsningsområde eller bevaringsområde i kommunen. Dersom du har egen virksomhetsplan/handlingsplan som følger kalenderåret, sørg for at denne ikke er for detaljert, men beskriver satsningsområder du har formulert i samarbeid med ansattgruppen din, og ungdommene.

Beskriv vide satsningsområder over tid, slik at du kan kjøpe deg selv flere år på å nå en målsetting. Vær tydelig på forskjellen mellom mål og aktivitet. Dersom kommunen har faste måter å utarbeide slike ting på, be om opplæring i å bruke disse.

KORT OM KOMMUNEPLANSTRUKTUR

Et forenklet hierarki i en kommuneplanstruktur likner på dette. Kommuneplanen er et langsiktig strategidokument som sier noe om retningen kommunen skal bevege seg i. Denne strekker seg gjerne over 20-25 år. Økonomiplanen er en langt kortere plan, som sier noe om de økonomiske prioriteringene i

kommunen de neste 4 årene. Her legger man for eksempel inn forslag til investeringstiltak på lang sikt. Sektorplanen har gjerne et tilsvarende langsiktig perspektiv som økonomiplanen, og disse bør henge tett sammen – økonomiplanen og budsjetteringen bør følge målsettingene i sektorplanen. Mange klubber vil være underlagt sektorplan Kultur eller Oppvekst/utdanning. Ikke alle kommuner eller sektorer har en slik plan. Virksomhetsplanen er en 1-årig plan som skal fortelle noe om kortsiktig arbeid med å nå de langsiktige målsettingene i sektorplanen. Det årlige budsjettarbeidet henger tett sammen med virksomhetsplanen og bør legges i etterkant av planen.

Det vil variere stort fra kommune til kommune hvilke planer man har, men budsjett og økonomiplan har alle. Andre steder vil man mangle sektorplan, men ha andre fagplaner man kan bruke for å argumentere for investering og budsjett i klubben. Som klubblleder gjør du lurt i å sette deg inn i disse prosessene. Be om opplæring og dersom du ikke har direkte økonomiansvar, så be om å få delta i prosessen med budsjettering for å lære.

VIRKSOMHETSPLAN

SEKTORPLAN

ØKONOMIPLAN

LANGSIKTIG KOMMUNEPLAN

DRIFT – HANDLINGSROMMET DITT

For å jobbe med drift, anbefaler vi at man lager en beskrivelse og analyse av hva slags handlingsrom man har ved å gjøre driften slik man gjør det i dag. Mye av poenget er å alltid lete etter mer effektive måter å løse oppgaven på. For eksempel vil en oppsigelse ofte bety merarbeid i form av ansettelse, men



det betyr også alltid en mulighet. Hva om du ikke ansetter en ny person men øker stillingsprosenten til en annen? Hva vil du få da? Vil det gagne klubben?

Vi anbefaler deg å gjøre en analyse av disse forutsetningene for å kartlegge eget handlingsrom:

- Hvilke krav stilles til klubbleder?
- Hvordan skaffer klubbleder seg tilstrekkelig autonomi som mellomleder?
- Med tilstrekkelig autonomi mener vi handlingsrom til å la ungdommene skape innholdet på klubben og være hovedpremissleverandører for hvilke aktiviteter som foregår. Her er det viktig at mellomleder klarer å velge med omhu de aktivitetene øvrig ledelse ønsker at klubben skal realisere, eller målsettinger klubben skal møte.

Eksempel:

Du får beskjed fra din leder om at klubben skal gjennomføre et arrangement på 17.mai. Du ønsker å jobbe med ungdomsmedvirkning, og mener at en viktig forutsetning for planlegging og gjennomføring av arrangementer på klubben, er at det er ungdom med i både planlegging og avvikling. Du vet at ungdom ofte har utfordringer med å få fri fra familien akkurat denne dagen. Du har også lite tro på at det lønner seg å legge ressurser inn på en dag som dette, da den også er ekstra kostbar med hensyn til lønnskostnader. Du vet også at dette er en dag få ønsker å jobbe. Du foreslår i stedet for sjefen din å planlegge noe natt til 1.mai eller 16.mai, et tidspunkt du har mer tro

vil fungere for målgruppen og staben. Du presenterer premisset for ungdommene, at det skal planlegges et arrangement på en av disse datoene og gir de muligheten til å velge tidspunktet. Sammen legger dere en plan for hva slags fest dette kan være og hva de ønsker at skal foregå.

- Hvilke mulighetsrom gir driftsbudsjettet?
- Hvor mye penger klarer dere å søke eksternt hvert år?
- Hvor mange årsverk er det på arbeidsplassen? Er disse fornuftig fordelt på antall ansatte vs. stillingsprosent? Er det andre måter å gjøre dette på?
- Har dere inntjeningskrav? Hvordan løser dere dette? Er det andre måter dere kan sørge for å nå inntjeningskravet, samtidig som dere oppfyller oppdraget om å drive klubb med høy grad av medvirkning?

Eksempel:

Aktivitetshuset Volt har inntjeningskrav på utleie av konsertsal, men har alltid slitt med å få inn pengene, da salen har en del begrensninger i forhold til mulig utleietidspunkt og manglende mulighet til alkoholserving. Dette har fått de til å tenke på en annen måte: Hva om man bruker konsertsalen til billige preproduksjonsmuligheter for band som leier seg inn? Da kan man koble på tech crew som får lære noe om preproduksjon til konsert. Kanskje man kan inngå en avtale med bandet om at de får leie lokalene svært billig mot å spille på festivalen ungdommene arrangerer senere? Kanskje bildene av bandet i salen

kan brukes som markedsføring opp mot andre band eller ungdom? Samtidig som man skaper mulighetsrom for andre måter å jobbe ressursbesparende på, får man inn litt penger til å dekke inntjeningskravet på utleie av salen.

- Hva slags personalsammensetning har dere? Går dere turnus – hvilken turnus? Kjønnfordeling? Etnisitet? Hvordan er representasjonen av ulike subkulturer eller kulturuttrykk i personalgruppen?
- Hvor ofte har dere åpent på klubben? Er det et alternativ å endre åpningstiden for å konsentrere flere ressurser (les personale) på færre dager og skape et bedre tilbud de dagene dere har åpent? Hva vil dette gi av muligheter og begrensninger? Har klubbleder beslutningsmyndighet til å gjennomføre slike endringer selv?
- Hvordan er arbeidsmiljøet og kulturen på arbeidsplassen? Er det stor motvilje mot endringer? Er dere gode til å støtte hverandre i idéutviklingsprosesser? Er dere flinke til å tenke nytt? Er det høy turnover? Lavt sykefravær? Hva gjør dere for å ivareta et godt arbeidsmiljø?
- Hva slags rolleforståelse har de ansatte av arbeidsplassen sin i lokalsamfunnet? Hvordan ser de på sin egen rolle som klubbarbeider? Hvilke forventninger har «andre» til arbeidsplassen? Hvilke samarbeidspartnere har dere? Hvilke samarbeidspartnere skulle dere ønske dere hadde?
- Hvilket tilbud har kommunens kulturskole? Utfyller dere hverandre godt?

- Stoler foreldre, skoler og politikere på at dere er en trygg og utviklende arena?
- Fyller klubben et «hull» i det kommunale tilbudet? Har dere tatt en bevisst rolle og plassert dere inn i en sammenheng?

Klubben er tjent med å definere sin rolle og tilbud, ta kontroll over eget omdømme og definere seg tydelig. Mange mener mye om hva en fritidsklubb er og skal være, men få har besøkt én i voksen alder. Det er viktig at dere inviterer folk inn på klubben, men også at dere oppsøker miljøer og viser hva dere gjør.

Mange klubber lykkes godt med å invitere alle samarbeidspartnere i kommunen (skole, helsestasjon, helsesøstertjenesten, kulturskolen osv) som har til felles å jobbe med ungdom, inn på klubben for lunsj, presentasjon av tilbudet og viktigst – å la ungdommene selv vise frem tilbudet. De kan stå for matlaging, underholdning og teknisk gjennomføring av arrangementet.

TIPS

Suksesskriterier for god drift:

- Ansett lagspiller og/eller skap lagspillere.
- Skap et mestringsklima på jobb og blant ungdommene.
- Legg til rette for fleksibilitet — autonomi – klubbleder i så lite skvis som mulig mellom ungdommens ønske og ledelsens forventninger.
- Engasjement fra ungdom og ansatte.
- Eierskap.
- Bredde i personalet - utnytt styrker og potensiale i teamet.
- Stabilitet i symbiose med «nytt blod» - alltid ha noe stabilt i miljøet – enten det er tilbud eller en gruppe ungdom, også spe på med nye aktiviteter, miljøer osv.
- Hent inn kompetanse der du ikke har kompetanse selv, både når det gjelder aktiviteter og i forhold til kompetanse på sosialforebyggende arbeidet (helsestasjon etc.)

I artikkelen «Managing Hybrid Agendas» forteller ungdomsarbeiderne Åsa Andersson og Mike Seal om det kryssende forventningspresset som ungdomsarbeideren kan oppleve. På den ene siden må man håndtere ungdommenes forventning og på den andre siden må man holde seg innenfor kommunens føringer og forventninger.

Andersson og Seal finner at dersom man velger å være tro mot enten kommunes agenda eller ungdommens ideer vil man miste tillitt hos den man velger vekk. Man vil få et mindre og innskrenket handlingsrom. De ser da at noen ungdomsarbeidere påtar seg en forhandlende rolle og fungerer dermed som en link mellom kommunens agenda og ungdommenes ideer. Ungdomsarbeiderne ser ut til å tilnærme seg denne posisjonen på minst tre ulike måter: 1) samlende forhandlere, 2) innovative forhandlere og 3) manipulative forhandlere.

De samlende forhandlerne søker aktivt etter kompromisser, mens de innovative forhandlerne søker løsninger utenfor de romlige grenser. På denne måten kan det se ut til at de samlende forhandlerne reproducerer de foreliggende forholdene, mens de innovative forhandlerne produserer nye forhold, så sant de ikke feiler og ender opp som manipulative forhandlere.

Det er altså først når man er den instansen som tenker utenfor boksen og kommer med nye og innovative løsninger at man vil kunne forene verdisettene og forventningene til både ungdommene og kommunen og dermed skape nye og produktive forhold (International Journal of Open Youth Work, 2017).

ARENA – DER DET HELE UTSPILLER SEG

Arenaen er utstillingsvinduet. Det er selve klubben og hvordan den blir oppfattet av andre. Det er her ungdom som ikke kjenner tilbudet får muligheten til å bli kjent med klubben, og her skal dere tenke grundig igjennom hvordan dere ønsker at dette utstillingsvinduet til enhver tid skal se ut og oppfattes av andre som er utenfor. Arena er synonymt med omdømmebygging og identitet. Det er flere måter å jobbe med arenaen på. Den viktigste nøkkelen er medvirkning. Dette kan dere gjøre på ulike måter, men tre stikkord er: Samarbeid, synlighet og ressursutvikling.

Mye av arbeidet med å utvikle en attraktiv arena for ungdom gjør dere når dere bygger relasjon og jobber med ressurs-utvikling og myndiggjøring av ungdommene på klubben. Tenk på dette som kunnskapsbyggingen som skal bidra til at klubben blir synlig som en attraktiv arena som mange vil samarbeide med. Her er noen tips til hvordan dere jobber godt med arena.

INVITER UNGDOMSMILJØER INN TIL SAMARBEID

Når dere skal jobbe med å definere målgruppen, er det som med alt annet ungdomsarbeid dere gjør – ta dere tid til å bli kjent med ungdommene det gjelder. Dersom dere ønsker å få nærere tilknytning til nye ungdomsmiljøer som representerer en subkultur dere vil skal bruke klubben, inviter de inn til et møte med litt (gratis) mat, bli godt kjent, spør de hva de selv mener de trenger og skaff dere oversikt over aktivitetene de liker å gjøre. Gi de et inntrykk av at dere er der for å legge til rette for de aktivitetene de ønsker å drive med, og er interessert i at det skal bli enda enklere for dem å drive med det de elsker.

Dere er ikke der for å stille krav eller overta aktiviteten. Dere er der fordi dere tror dere vil ha utbytte av å utveksle tid og ressurser. Vær løsningsorientert. Dersom ungdommene ønsker seg noe dere tror kan bli vanskelig, ikke si at det ikke lar seg gjøre, men heller at dere kan se nærmere på om er mulig å få til. Vær opptatt av å se muligheter, da bidrar dere til at ungdommene gjør det samme.

I rapporten "Kultur for å delta" av Telemarksforskning konkluderte de med dette i forhold til arenaens betydning: "Arenaer er nøkkelfaktorer for å skape relevante kulturtilbud utenfor hjemmet. Arenaen er både et fysisk sted, en møteplass og et tilbud som fylles med innhold av de menneskene som organiserer arenaen og som fyller arenaen med aktivitet" (Hylland & Haugseve, 2014).

Et godt eksempel på hvordan man kan jobbe med samarbeide på tvers av ulike ungdomsmiljøer, er måten Ungdomskultur_ huset Radar i Asker har valgt å fokusere sitt arbeid med arena.

PRAKTISK EKSEMPEL

UNGDOMSMILJØET PÅ UNGDOMSKULTURHUSET RADAR

Ungdomskulturhuset Radar i Asker har i forskjellige faser vært senter for rockemiljø, hiphop-miljø og metal-miljøer. For noen år siden, og på en tid hvor disse miljøene var dominerende i ungdomskulturen var det kanskje riktig å gi disse miljøene en trygg arena for diskusjon og utvikling, og la dem «eie» stedet.

I dag ville satsning på et slikt miljø fort kunne ekskludere alle andre ungdomsgrupper, og spesielt hvis identiteten til klubben blir for sterkt knyttet opp mot dette ene miljøet. Radar opplevde tunge tider når disse miljøene litt etter litt forsvant.

På Radar har man over tid jobbet frem et samarbeid med flere ungdomsmiljøer som representerer mange forskjellige ungdomskulturer. De kan alltid komme til Radar for støtte, lokaler og veiledning. Men arrangementet deres, og fullt fokus fra de ansatte, har en tidsavgrenset periode. Dette har sin plass i årshjulet til driften av Radar.

For Radar handlet det om å ta tak i interessene til ungdommer de snakket med. Ikke bare de man allerede kjente, men også ved å ha «følerne ute», være nysgjerrige og bli inspirert av andre. I dag arrangerer Radar, og legger til rette for, ungdomsdebatter, data-LAN, cosplay convention, UKM, Askerfestivalen, nysirkus-trening, discofester, konsertkvelder, temakvelder med mat, tegning og spill. Og mange ungdomsorganisasjoner treffes i Radars lokaler. Dermed blir ikke Radar et LAN- eller et rockested, men Radar - et sted for alle ungdomskulturer.

Radars erfaring er at effektene har vært utrolig positive. På noen år har Radar fått større bredde, samarbeider med mange flere miljøer og det har gjort underverker for omdømmet til Radar. Dette fordi de har mange miljøer å trekke veksler på, det er mange som «eier Radar litt». Det har også gjort de mindre sårbare for svingninger i ungdomskulturen og bidrar til at de lettere kan forandre tilbudet og tilpasse seg nye trender.

FAKTA

UngKultur Radar er ungdommens arena i Asker kulturhus. Radars hovedoppgave er å arrangere og tilrettelegge for de store ungdomsarrangementene i Asker. Radar driftes i stor grad av ungdommene selv, og de voksne som jobber der har ulik fagkompetanse innen kultur. Radar har ulike crew med ungdommer som jobber frivillig innenfor sceneteknikk, foto, arrangering og kafédrift.

De satser i stor grad på å utvikle egne unge arrangører gjennom veiledning og medvirkning på deres arrangementer. Radar har med sine flotte lokaler i kulturhuset og arrangementskompetanse blitt en ettertraktet ressurs for eksterne aktører. De har derfor mange samarbeidsprosjekter med ulike events, festivaler, skoler og foreninger i nærmiljøet. Lokalene blir brukt til bandøving, ungdomskafe, kurs og møtelokaler av ungdomsgrupper og organisasjoner. Ungkultur Radar er hovedkontor for UngKultur Asker, som har ansvar for kultur og fritidstilbud for ungdommer i hele Asker.

ANALYSE AV PRAKTISK EKSEMPEL

Hva skjer i dette eksempelet?

Radar har utviklet virksomheten sin til å omfatte flere miljøer, og har blitt gode til å bygge relasjon og relevans for disse. Alle får sin plass, men ingen får dominere. De unge arrangørene fungerer som den stødige «basen» ungdom som til enhver tid driver aktivitetene på huset, på tvers av miljøer. De er limet på Radar.

Radar beskriver et unntak i regelen om miljøer basert på ungdomskultur – de unge arrangørene. For en del ungdom er det ikke så viktig om det er teaterforestilling eller metalkonsert de skal jobbe på. De elsker å arrangere rett og slett, å få til noe sammen, og å stå bak noe og gjøre andre gode. De unge arrangørene blir de faste ungdommene, de man kjenner best og fungerer også som en referansegruppe eller et ungdomsstyre. De er opptatt av å være sammen med trygge voksne, å lære konkret om for eksempel teknikk, men som oftest begge deler.

De unge arrangørene på Radar, er det vi i ressurskapittelet kaller «Den aktive deltakeren» (nivå 2), og noen av disse er også «Initiativtakeren/Lederen» (nivå 3).

Hvordan skjer det?

- Det gjøres en analyse av hvilke ungdomsmiljøer de har kontakt med, og hvilke de «mangler» eller ønsker å opprette kontakt med.
- Det tilbys åpne lokaler å gjøre selvorganisert aktivitet i til de ulike miljøene.
- Det tilbys støtte og bistand fra ansatte – i en gitt tidsperiode – slik at miljøet skal få gjennomføre større arrangementer som er viktig for de – i ungdomskulturhusets lokaler.
- Det utarbeides et årshjul for hvilke miljøer som må bistås når.
- De unge arrangørene utgjør den faste basen for huset, men blir mer enn hangarounds. De har viktige oppgaver med å bistå de ansatte i å støtte de ulike miljøene, og også stort eierskap til stedet og ressursene som er der.
- Hva er virkningen?
- Mange får eierskap til Radar, men ingen for lov til å utøve totalitært regime på klubben.
- De unge arrangørene får utvikle seg gjennom å jobbe med ulike miljøer.
- Det knyttes bånd på tvers av miljøer og ungdomsgrupper.
- Radar setter seg i posisjon som en klubb hvor alle typer ungdom er velkommen.
- De ansatte går i dialog med ungdommene om hva de selv ønsker.

Lær ungdom å bygge nettverk

Tenk hvilke miljøer som vil ha utbytte av å eksistere under samme tak, og legg til rette for krysskobling av miljøer. Dette krever en ungdomsarbeider som er tidsmessig fristilt til å ha kontakt med de ulike miljøene, og som kan hjelpe disse med å møtes der det er nødvendig. Har du allerede et bra hiphop-miljø på klubben din som spiller inn i studio, gjør konserter

osv, kan det tenkes at de ville vært en god match med et miljø av ungdom som driver med film? Dette krever en årvåken ungdomsarbeider som til enhver tid er oppdatert på ungdomskulturen, nysgjerrig og ikke minst en øvrig sammensatt personalgruppe som kan litt om de ulike kulturuttrykkene som er viktig for ungdommene som befinner seg på klubben.

TIPS

Snakk om arenaen deres!

- Hvem er målgruppen?
- Hvordan gjøre dere relevante for målgruppen?
- Hva slags omdømme har klubben?
- Hva slags omdømme bør klubben ha?
- Hvordan er innholdet på klubben tilpasset lokal-samfunnet og de ungdommene som bruker klubben?
- Hva er historien til klubben?
- Hvilke ambisjoner, kompetanse og ressurser har dere på arbeidsplassen – hva sier ungdommen at de vil ha? Matcher personalgruppen dette?
- «Eies» klubben av ett miljø?

Lag dere flaggskip

Det er smart å ha et bevisst forhold til når du jobber spesifikt opp mot et enkelt miljø, og når du jobber bredt med rekruttering. En fin arena for å rekruttere bredt, og treffe mange ungdom på en gang, er gjennom å skape større eventer. Vårt råd er at du lager deg et eller flere flaggskip. De store, synlige arrangementene som trekker bredt, og som får oppmerksomhet på skoler, av voksne, politikere og er lett for alle å peke på og være stolt av. De fleste åpne møteplasser har sine festivaler eller store happening. Sørg for at disse happeningene har stor bredde, og involverer så mange ungdom som mulig som arrangører, utøvere og publikum. Det er også viktig å sørge for at arrangementet alltid knyttes til klubben, slik at det blir tydelig for politikere og beslutningstakere hvor pengene bør sendes.

Husk på dette når dere lager deres flaggskip:

Ta utgangspunkt i interessene og kulturen i ditt lokalsamfunn. Ha stort fokus på medvirkning og involvering av ungdom. Sørg for å nedsette et festivalråd/ungdomsråd. Gi denne gruppen budsjett, tillit og sett av tid til å følge dem opp. Få gruppen til å komme med ideene. Din jobb er å hjelpe med gjennomføringen. Sett av tid med ansatte til å følge opp gruppa systematisk. Lag workshops med artistene som kommer. Får du artistene til å samskape med ungdommene, gir du ungdommene en helt annen mulighet til å bli kjent med den aktuelle artisten.

Aktualitet og kredibilitet – her er ungdommene din beste referanse

En annen måte å jobbe med flaggskip på, er gjennom å ta utgangspunkt i et aktivt miljø og bygge oppunder dette for å gjøre det enda større. I dette eksemplet skal du få se hvordan Aktivitetshuset Volt tok utgangspunkt i et svært aktivt ungdomsmusikermiljø og bygde et flaggskip via dette. Gjennom å velge ut ett band med målsetting om å gjøre de til rekrutteringsgrunnlag for mange nye unge musikere til Volt, valgte man å skape prosjektet VoltAGE. VoltAGE er et flaggskip fordi det er synlig og har som mål å treffe bredt.

PRAKTISK EKSEMPEL

PROSJEKTET «VOLTAGE»

I 2016 gjennomførte Aktivitetshuset Volt pilotprosjektet VoltAGE. Aktivitetshuset Volt har som mål å bli et kompetansesenter for rytmisk musikk blant unge, hvor Volt skal bidra til å gjøre overgangen fra ungdomsband/-artist til profesjonelt virke enklere. (Denne målsettingen er laget av ansatte på Volt, basert på observasjon, erfaring og personalsammensetning.) Samtidig ønsker de å gjøre unge som er interessert i eller driver med musikk, oppmerksomme på det tilbudet som eksisterer på musikkverkstedet til Volt. I tillegg ønsker Volt å inspirere andre ungdom til å satse på musikk og skape et godt ungdomsmiljø hvor kreativ utfoldelse og talentutvikling står i fokus.

Gjennom VoltAge ønsket man også å skape gode forbilder og ambassadører som ville:

- Fremsnakke Aktivitetshuset Volt til både media, musikkbransjen, «kolleger» og andre ungdom.
- Bidra til rekruttering til Volts musikkverksted, da andre ungdom ser verdien i tilbudet.

Med en stab bestående av kunstnere og kulturarbeidere med et bredt nettverk innenfor kulturlivet og musikkbransjen brukte de sin krysskompetanse til å gjennomføre prosjektet VoltAGE. Daglig leder la til rette for at de ansatte skulle få tid til å prioritere prosjektet. Ansatte ved musikkverkstedet og daglig leder på Volt plukket ut ett band, Pikekyss, til pilotprosjektet. De fikk hjelp til studioinnspilling og mastring av EP, strategitenkning og planlegging i forbindelse med utgivelse, søknadsskriving, TONO-registrering, søknadsskriving, ferdigstilling av teknisk rider, scenetrening/preproduksjon og planlegging og gjennomføring av releasekonsert.

For å sørge for fremgang i prosjektet, og sikre et ferdig resultat (EP og releasekonsert), ble det holdt flere møter i måneden mellom bandet og ansatte på Volt. I tillegg hadde man en egen «chattegruppe» hvor både bandmedlemmer og ansatte var medlemmer, hvor det ble gjort daglig oppfølging av arbeidsoppgaver og diskutert mindre problemstillinger.

I etterkant av fullført prosjekt gjennomførte man en evaluering av VoltAGE sammen med bandet.

VoltAGE er et godt eksempel på hvordan man kan legge mye ressurser i et prosjekt, som vil bidra til rekruttering, et godt omdømme, og hvordan man kan skape kredibilitet og være relevante for målgruppen.

ANALYSE AV PRAKTISK EKSEMPEL

Hva skjer i dette eksemplet?

- Prosjektet VoltAGE etableres av ansatte på Aktivitetshuset Volt for å skape et tilbud til unge musikere som

skiller seg ut fra andre liknende ungdomshus sine musikktilbud. Prosjektet skal være en læringsarena for å lette overgangen fra ungdomsband til klubbscene/festivalband i musikkbransjen. Tanken er at dersom Pikekyss får et musikkalsk gjennombrudd, og Volt har vært delaktige i å bidra til at dette skjer gjennom å tilby støtte på riktig tidspunkt, vil suksessen kunne peke tilbake på Volt som en «talentfabrikk» som tar unge musikere på alvor.

Hvordan skjer det?

- Man tar utgangspunkt i et band man tror har potensiale til å slå an, og bestemmer seg for å tilby disse å være en del av et nytt talentutviklingsprosjekt.
- Man bygger relasjon til bandmedlemmene gjennom å møtes ukentlig og jobbe med prosjektet, spise og gjøre hyggelige ting sammen.
- Man jobber med å få bandet til å formulere målsettinger for prosjektet, hva de selv ønsker å få ut av deltakelsen, og hvor de ser for seg at de vil være i etterkant.
- Man bruker prosjektet til å vise frem tilbudet som eksisterer på Volt til enhver tid, men som mange ungdom trolig ikke vet om.
- Man viser frem de ansatte fra ulike roller, noe som styrker omdømmet til de som jobber på stedet.
- Man tenker langsiktig og spekulerer i markedsføringsverdien av prosjektet gjennom å tilrettelegge for at Pikekyss kan bli et band man om 10 år ser for seg takker aktivitetshuset Volt for støtten de fikk da de var et ferskt band.
- Man gjør en avtale med bandet om at dette er et prosjekt hvor målet er å gjensidig styrke hverandres posisjon.
- Man lærer bandet en positiv delingskultur hvor det å bygge nettverk og skaffe seg venner i bransjen er en nøkkel for å lykkes.
- Det dokumenteres på sosiale medier, særlig Instagram og Facebook – hele prosessen i prosjektet.
- Musikken fra EPen blir brukt i en promofilm for re:voltfestivalen senere samme år.

Hva er virkningen?

- Man tar ungdom på alvor som kunstnere.
- Nye band søker til Volt som en direkte konsekvens av at de kjenner til Pikekyss, og ønsker å øve på huset.
- Pikekyss blir et stempel på kvalitet, de har lyktes med å bli plukket ut som et av få band til å spille på by:arm – Norges største musikkbransjefestival.
- Volt får et kvalitetsstempel gjennom å assosieres med Pikekyss av unge musikere.
- Andre ungdom søker seg til Volt med en visjon om å bli «de neste Pikekyss».
- Man lager en god historie om stedet, bandet og samarbeidet.

Hva sier Pikekyss selv om erfaringen?

"Ett år etter lanseringen av singelen "Hjerteban" sitter vi her med plate-kontrakt og skal spille på by:arm. Det er ganske nice ass."

- Helene (19 år)

"VoltAGE har gitt meg en større forståelse av musikkbransjen og det å jobbe profesjonelt med musikk"

- Rémy (19 år)

Gi ungdom nødvendig kunnskap

Ungdomsmedvirkning er ikke det samme som at ungdom bestemmer alt, og slippes helt løs på egenhånd. Når vi snakker om medvirkning i klubb, er det ikke det samme som en DIY (Do it yourself) – kultur hvor de slippes ut på dypt vann og må lære å svømme alene. En viktig forutsetning for å bygge mestring og myndiggjøre ungdom, er å gi de nødvendige verktøy for å kunne utføre oppgaven på en så god måte som mulig. Det er opp til deg som ungdomsarbeider å ha et våkent blikk for hvem som trenger hvilken kunnskap og hjelp de med å lære. Dette handler i bunn og grunn om å ta ungdom seriøst.

Medvirkning er på ingen måte plankekjøring, det er relasjonsbygging, ressurskartlegging og fagpåfyll tilpasset nær sagt

hver eneste ungdom. Måten ungdomsarbeidere jobber med medvirkning, ligger tettere opp mot coaching enn tradisjonell undervisningssituasjon og det tar tid.

I Drammen kommune har man utviklet et ledertreningsprogram kalt «Ung Leder» som har målsetting om å utvikle unge ledere (fra nivå 2 til 4) som kan jobbe med utvikling av to store festivaler i kommunen. Samtidig er det en uttalt målsetting at «Ung Leder» skal bidra til at ungdommene bygger nettverk med andre unge ledere også utenfor disse festivalene. «Ung Leder» er et spennende og godt eksempel på hvordan man gir ungdom nødvendig faglig påfyll for å mestre oppgavene som venter.

PRAKTISK EKSEMPEL

«UNG LEDER» – DER FORSKJELLER BLIR EN STYRKE

Bak kurset «Ung Leder» står ungdomskulturhuset G60 i Drammen og Neon aktivitetshus på Fjell. Det begynte med et ønske om å gi ungdom i alderen 15-20 år arrangørkompetanse de på sikt kan bruke til å berike kultur- og samfunnslivet. Men mer enn det var ønsket å skape en kreativ og dynamisk møteplass for de unge på tvers av kulturell og sosial bakgrunn. Her skulle de ikke bare få verdifull arrangørkompetanse, de skulle også få lære å samarbeide med helt andre typer ungdom fra andre miljøer og skape arrangementer sammen. Slik skulle de sitte tilbake med tro på seg selv, tro på de andre og ikke minst med et bredt og mangfoldig nettverk de også i fremtiden kan skape gode arrangementer med.

«Ung Leder» er nå inne i sin fjerde sesong og man begynner å se frukter av arbeidet. Blant annet er en tidligere deltaker nå, som 22-åring, markedssjef for en ny festival i Trondheim. En viktig suksessfaktor har vært samarbeid på tvers av sektorer og mellom kommune, det private og frivilligheten. Samarbeidspartnere som Interkultur (avdeling i sektor



Kultur i Drammen kommune), turistforeningen, idrettsrådet og kulturskolen har bidratt til at det lykkes å rekruttere ungdom fra ulike miljøer og bakgrunner. På samme måte har gratisprinsippet vært viktig. Det sikrer at alle får anledning til å søke plass på kurset uavhengig av økonomi.

Kursforløpet er lagt opp med ukentlige samlinger over fire måneder på kveldstid. I løpet av kursets første halvdel får kursdeltagerne innføring i aktuelle temaer som konseptutvikling, prosjektledelse, prosjektbudsjettering, fundraising, markedsføring og gruppeanalyse. Her er undervisningen lagt opp som workshops ledet av eksperter på området. Kursets andre halvdel består av praktisk jobbing. Her får deltagerne bruke kompetansen fra første kurshalvdel til å realisere egne arrangementer.

Rammen for den praktiske jobbingen er de to eksisterende ungdomsfestivalene Elvevill og Blåkkfestivalen som finner sted i Drammen hvert år og som ledes av henholdsvis G60 og Neon. Basert på den enkeltes interesse, blir kursdeltagerne delt inn i grupper med hvert sitt ansvarsområde på festivalene, det er en artisthåndteringsgruppe, markedsføringsgruppe, økonomigruppe, dekorgruppe og aktivitetsgruppe. Gjennom denne gruppeinndelingen må gruppene ikke bare samarbeide godt innad for å lykkes, de er også helt avhengige av å samarbeide tett med de øvrige gruppene.

Et sentralt element i «Ung Leder» er som nevnt den relasjonelle biten – her er det viktig at kursdeltagerne får mulighet til å bli godt kjent slik at de kan utvikle vennskap på tvers som varer også etter at kurset er over. Hvert nytt kurs starter i tråd med dette og har en hel dag viet bli-kjent-øvelser og sosialt samvær, gjerne også med overnatting.

Etter fire sesonger med «Ung Leder»-kurs er det nå etablert et «Ung Leder» alumninettverk der samtlige kull av unge ledere kan holde kontakten, utveksle erfaringer og tips og kontaktes av folk som trenger deres ekspertise til ulike oppdrag.

På denne måten har Ung Leder i Drammen lykkes i å bygge broer mellom ungdom på tvers av ulike bakgrunn og kultur, og skape et kreativt kraftsentrum som forhåpentligvis vil fortsette å generere fantastiske kultur- og fritidsarrangementer i lang tid fremover.

FAKTA

G60 er et kulturhus for ungdom i Drammen i alderen 13–20 år. Her kan ungdom møte venner, lage film, danse, øve med bandet ditt, bli med på kreative kurs eller gå på konsert. De arrangerer også flere store festivaler, som blåkkfestivalen.

G60 har seks øvingsrom, to musikkstudio, dansesal, radiostudio, film- og fotoutstyr, møterom og konsertscene og oppholdsrom/kafé og kjøkken. Huset er ungdommens eget, og de er med på å bestemme hva som skal skje.

ANALYSE AV PRAKTISK EKSEMPEL

Hva skjer i dette eksempelet?

G60 og Neon aktivitetshus på Fjell i Drammen kommune utvikler et lederkurs for ungdom med sikte på å gi ungdom arrangørkunnskap, men også med et klart mål om å skape samarbeid på tvers av ungdomsmiljøer.

Hvordan skjer det?

- Tilbudet er gratis, dette skaper lav terskel for deltakelse.
- Tilbudet er tverrfaglig, så man rekrutterer bredt fra ulike ungdomsmiljøer.
- Tilbudet fokuserer på grunnleggende fagkunnskap for arrangører.
- Etter tilegnet grunnleggende fagkunnskap, får man muligheten til å praktisere det man har lært, basert på hva man interesserer seg for.
- De velger proffe kursholdere – på denne måten tar de ungdom alvorlig.

- De tilrettelegger for gode relasjoner mellom ungdommene med sosiale leker. Dette grepet er gjennomtenkt og styrt sosialisering.
- De bygger alumninettverk for uteksaminerte unge ledere.
- Hva er virkningen?
- Ungdommene lærer å samarbeide på tvers av egne miljøer.
- De får håndfast kunnskap de kan bruke i arbeidslivet.
- De får nettverk gjennom alumniordningen – dette etterlikner arbeidslivet.

Hva sier ungdommene selv om erfaringen?

"Jeg fikk et enormt utbytte av «Ung Leder». Mye av kunnskapene bruker jeg i dag når jeg skal prøve å være en god leder i Røde Kors ungdom, og når jeg arrangerer en rekke aktiviteter for denne organisasjonen. I tillegg må jeg nevne det sosiale. Det var ikke én gang kjedelig under planleggingen eller møtene, grunnet alle de fantastiske menneskene. Det er det som er så unikt med «Ung Leder».

Det kommer ofte veldig ulike mennesker dit, og du lærer deg å kjenne mennesker som er svært ulik deg selv. Jeg har selv kontakt med omtrent alle fra «Ung leder» i større eller mindre grad. Noen av oss møtes ofte mens andre av oss faktisk vurderer å melde oss på «Ung leder»-kurset igjen, for å oppleve det enda en gang!"

-Eline (17 år)



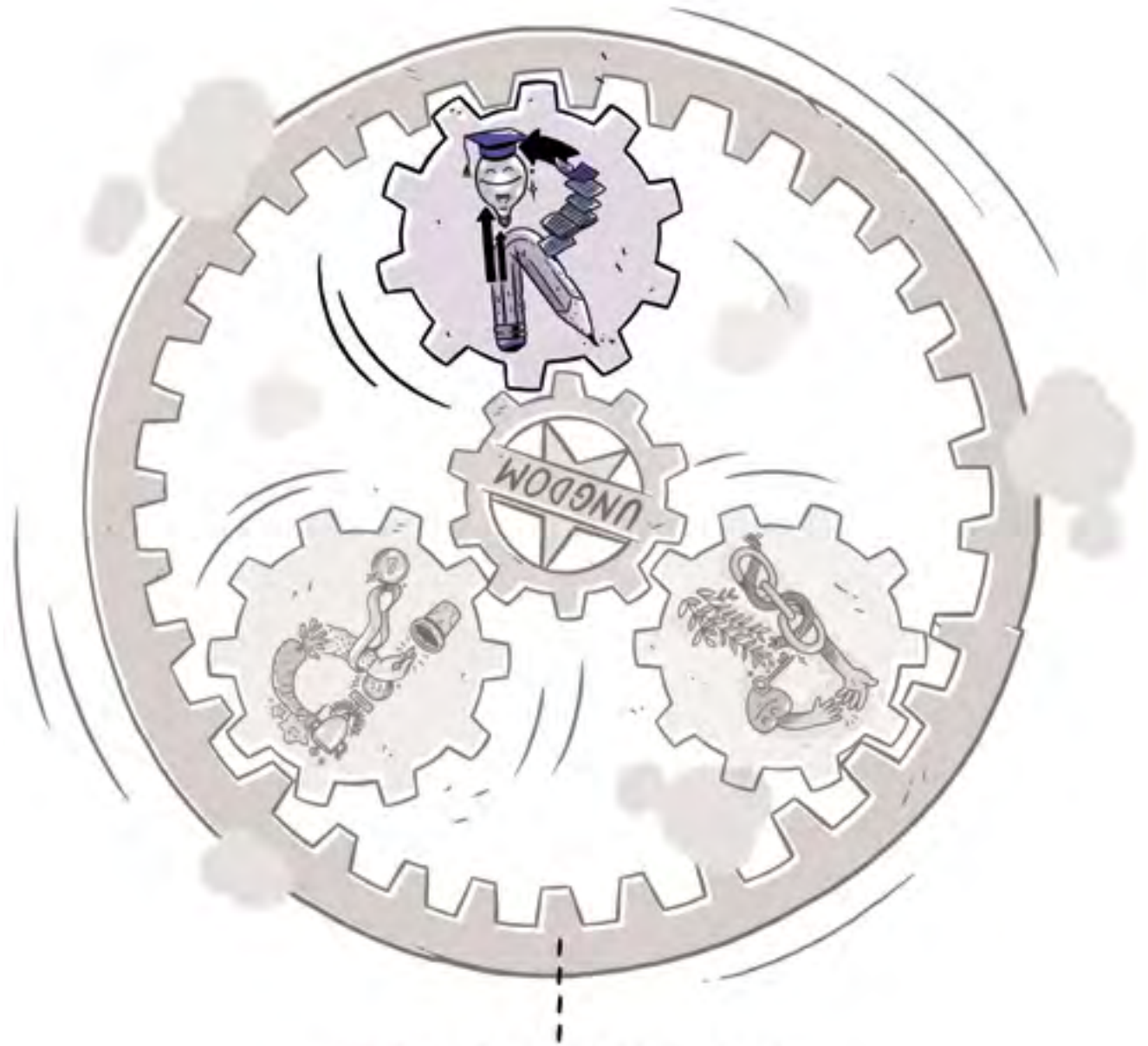
TIPS

UNGDOM OG FRITIDS KURS OG FAGSTOFF

Modul C: Fritidsklubben i samfunnet – ledelse, samarbeid, kommunikasjon og kultur.

Denne delen handler blant annet om hvordan man kan jobbe for å skape et godt arbeidsmiljø og en hensiktsmessig organisasjonskultur. Det vil gis et innblikk i hvordan moral, etikk og verdier preger organisasjonskulturen. I tillegg får kursdeltakerne forståelse for hvorfor det er nødvendig å samarbeide med ulike aktører i samfunnet, og for hvordan man kan jobbe med å bygge et godt omdømme.

Modul C kan bestilles som kurs for personalgruppa på klubben, eller du kan lese mer i vår publikasjon Kompendium til Ungdom og Fritids Opplæringsprogram. Du kan bestille kurs og lese kompendiet på våre nettsider, eller du kan laste ned Ungdom og Fritids app.



UNGDOMSARBEIDEREN

OPPSUMMERING AV RELEVANS

Relevans handler om hvordan du som ungdomsarbeider ved hjelp av medvirkning kan skape relevante, attraktive tilbud.

Rammer sier noe om rammeverket for klubben, her fokuserer vi blant annet på klubbens plass i kommunen – hvilken sektor man er underlagt og hvorvidt man er en del av planverket i kommunen osv.

Drift handler om handlingsrommet deres på klubben. Hvilket mulighetsrom gir budsjettet, hvor mange årsverk har personalgruppen, hvordan er arbeidsmiljøet og kulturen på arbeidsplassen og liknende.

Arena handler om omdømmebygging, profil og din analyse av lokalsamfunnet klubben din er en del av. Her snakker vi om hva som skaper et attraktivt tilbud, hvordan du kan jobbe for å rekruttere ungdom ved hjelp av medvirkning. Hvordan skape attraktive tilbud, rekruttere ungdom, sørge for at du har riktig kompetanse på klubben, opplæring, innhold og kartlegging.

I dette kapitlet har vi tatt for oss alt som direkte berører klubben. Rammer, forutsetninger for drift og hvordan dere skal jobbe med det som skjer på arenaen.

Howdan dere er organisert i kommunen gir det ytre rammeverket. Her er det viktig at dere blir godt kjent med styrende mekanismer som kommuneplanverk og deres påvirkningsmuligheter i arbeidet med disse. Det er også et poeng at dere ikke går dere blinde i planverket og blir så opptatt av å definere presise målsettinger at dere ødelegger for eget handlingsrom. En klubb som skal jobbe godt med medvirkning, må ha en viss grad av autonomi. Legg vekt på langsiktige og brede målsettinger dere kan jobbe med over flere år.

Hvilke forutsetninger dere har for driften finner dere i budsjettene. Personalsammensetningen, antall årsverk, måten arbeidstiden er organisert, organisasjonskulturen, åpningstidene for klubben, beliggenheten og rolleforståelsen av klubben i nærmiljøet, er viktige fokusområder når man skal kartlegge og jobbe med å endre forutsetninger for drift.

Driften avgjør ikke handlingsrommet deres fullstendig, men er en viktig premissleverandør. Det er fornuftig å analysere driften med utgangspunkt i hvordan dere betrakter arenaen, og hvilke ressurser dere har i ungdommene som bruker klubben. Derfor skal dere alltid stille spørsmålet om dere driver på mest hensiktsmessige måte for miljøet og ressursene klubben innehar på nåværende tidspunkt.

Howdan arenaen betraktes og synliggjøres, handler om omdømmebyggingen av klubben. Her har dere stor bruk for ungdommene dere har jobbet med. Vi har poengtert viktigheten av å gi ungdom kunnskap slik at de kan medvirke i størst mulig grad. Vi har gitt eksempler på hvordan dere kan jobbe med samarbeid på tvers av ulike ungdomsmiljøer og hvordan man kan trekke disse inn på klubben, og vi har gitt tips til hvordan man kan jobbe med å bygge flaggskip som er godt synlige og fungerer som et utstillingsvindu for klubben.

TIPS

Definer dere med omhu – mål og middel må henge sammen. Ta noen valg – bli heller veldig god på noe enn litt dårlig på alt.

Relasjonens kraft kan noen ganger overgå kunnskapen til den ansatte. Dere må ikke ansette en ekspert. En god relasjonsbygger som også er akseptabel faglig, f. eks som musiker, kan være like viktig og riktig.

Synliggjør det gode arbeidet dere gjør. Dytt ungdommene foran dere. Bruk spesielt flaggskipene og vis frem de ekstraordinære historiene deres i lokalpressen, på sosiale medier og ovenfor politikere. Spekuler i å skape disse historiene.

Finn klubber dere synes er gode på omdømmebygging og hent inspirasjon fra disse. Ta en telefon, dra på besøk – høst ideer, ta de med hjem og tilpass egen klubb.

Medvirkning som metode: Relasjon, ressurs og relevans

OPPSUMMERING



Relasjon

Miljøarbeid
Ungdomsarbeideren



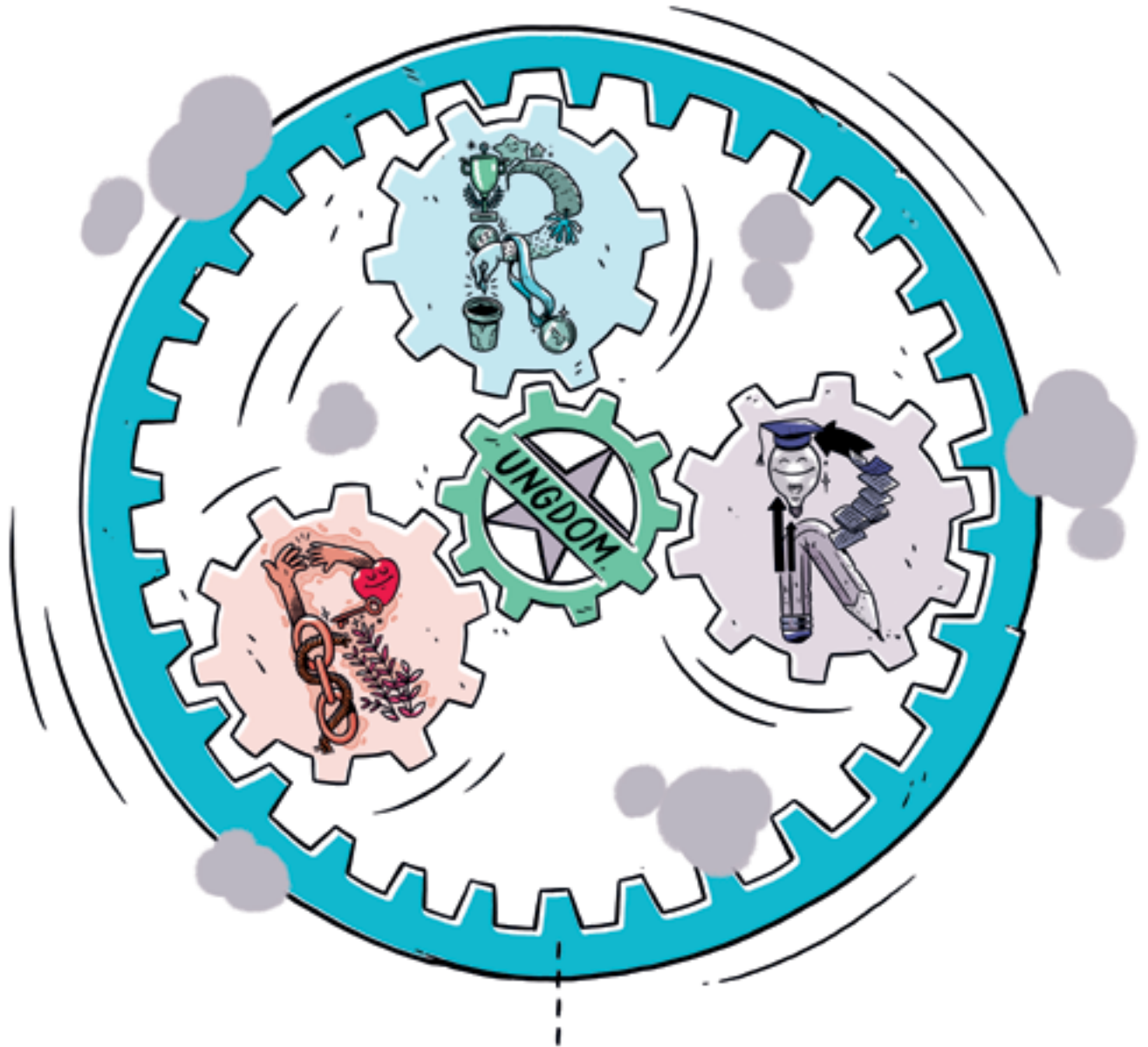
Ressurs

Medvirkningsmetodikk
Ungdom



Relevans

Rammer og innhold
Fritidsklubben



UNGDOMSARBEIDEREN

Vi er nå gjennom metodedelen. Målet med medvirkningsmetodikken *Relasjon – Relevans – Ressurs* er at du og ungdommene skal drive klubben sammen på best mulig måte.

Vi har gått igjennom metoden som skal hjelpe deg med å jobbe systematisk og godt med medvirkningsarbeid. *Relasjon – Relevans – Ressurs* representerer ulike fokusområder som er viktig å ta hensyn til når du skal jobbe med ungdomsmedvirkning. Som nevnt tidligere vil det alltid begynne og slutte med relasjon fordi forutsetningen er at du kjenner ungdommene og jobber systematisk med å kartlegge deres interesser, erfaringer, kunnskapsnivå og hva du ser for deg at de kan bidra med i klubbmiljøet i tiden fremover.

Ikke vær redd for å være ambisiøs på deres vegne – visualisert gjerne at du over de neste fire årene «utdanner» en ungdomstekniker på klubben. Ressurskapittelet gir deg håndfaste tips og konkrete verktøy til hvordan du kan gjøre denne kartleggingen, som på mange måter også er en del av relasjonsbyggingen.

En åpen møteplass med høy grad av medvirkning vil være i konstant utvikling og følge ungdomskulturen generelt og stedsspesifikt der deres ungdommer er. Ta med ungdommene i utviklingen av klubben slik at de får eierskap og blir gode ambassadører. Ungdom kan fint mene noe om interiør, kurstillbud, hva som er bra markedsføring o.l. Men bland deg alltid inn litt med eget perspektiv. Husk at godt medvirkningsarbeid tross alt handler om samarbeid mellom voksne og ungdom på klubben, ikke at ungdommene tar over absolutt alt. Din jobb er å bidra i arbeidet med din kunnskap, og hjelpe ungdommene med å reflektere utover egen virkelighet. Kanskje de har gode tips til markedsføringskanaler og hvordan man bruker den enkelte.

Men så bidrar du med din egen kunnskap om markedsføring. Som ungdomsarbeider vet du for eksempel at ungdom under 15 år ikke kan være avbildet på Instagram uten foreldres tillatelse. Og du vet at skrivefeil bør rettes opp og at innlegget som legges ut ikke må være for internt. Et godt eksempel på at man utfyller hverandre. Jo eldre ungdommene blir, jo mer

kunnskap og erfaring har de ervervet seg gjennom å jobbe sammen med de ansatte på klubben. De ansatte må blande seg mindre og mindre inn fordi ungdommene hele veien har samarbeidet med og lært av dere.

For å kunne etablere et felles begrepsapparat, må vi ha noen felles knagger. Dette kapittelet gir deg en kort innføring i klubbenes historiske utvikling i Norge og litt om noen samarbeidspartnere det kan være greit å kjenne til.

OVERBLIKK

ÅPNE MØTEPLASSER FOR UNGDOM I NORGE DE SISTE 60 ÅRENE

Hammerborg Fritidsklubb i Oslo var den aller første fritidsklubben i Norge. Den ble åpnet i 1953 og ble lagt ned i 2016. Hammersborg Fritidsklubb ble opprettet etter modell fra lignende tiltak i USA.

I forbindelse med fremveksten av en ny generasjonsgruppe meldte behovet for å finne måter å organisere og få oversikt over denne gruppen seg. Ungdom var i skillet mellom barn og voksen og de fulgte ikke samme sosialiseringmønstre som sine foreldre. De hørte på ny musikk (rock) og de hang ofte på gatehjørner. Fritidsklubbene ble et virkemiddel for å få oversikt over denne gruppen.

Fritidsklubber og ungdomshus har utviklet seg i takt med samfunnet og ungdommens interesser. Fritidsklubber har i dag mange ulike navn: Ungdomsklubb, ungdomshus, kulturhus for ungdom, fritidssenter, aktivitetshus. Ungdom og Fritid bruker samlebetegnelsen åpne møteplasser for ungdom.

Rusfri, ungdomsstyrt og åpen for alle

De kommunale åpne møteplassene for ungdom i Norge har utviklet en lang og stolt tradisjon siden den første fritidsklubben ble etablert. Ungdom som gruppe ble på 1950-tallet synliggjort da det foregikk et generasjonsopprør i mange vestlige byer. Det vokste frem nye subkulturer der ungdom dyrket sin egen musikk, hår- og klesstil osv. Fritidsklubben var et svar på denne utviklingen og ble en arena

for den nye "tenåringen" og musikken/kulturen de dyrket. Da fritidsklubbene i Norge ble opprettet, var idéen å skape møtesteder hvor ungdom kunne treffes og drive med aktiviteter på egne premisser.

DEN NORSKE MODELLEN

På 1960-tallet ble det etablert fritidsklubber rundt om i de større byene, mens det var først på slutten av 1970-tallet og første halvdel av 1980-tallet at kommunal fritidsklubbvirksomhet etablerte seg utover hele landet.

Da narkotikaproblematikken vokste fram på 60- og 70-tallet ble vekten på fritidsklubben som en sosialpolitisk forebyggende arena forsterket. Men utover 70-tallet fikk klubbene i tillegg et tydeligere kulturpolitisk mål med fokus på ungdoms egenart og egne kulturelle uttrykk. Klubbene skulle være sosiale møteplasser med god og stabil voksenkontakt (Stafseng 2003). Det finnes i dag derfor to hovedbegrunnelser for hvorfor man som offentlig instans oppretter åpne møteplasser for ungdom, nemlig den sosialfaglige og den kulturfaglige.

Den sosialfaglige begrunnelsen

Myndighetene har sett det som viktig at barn og ungdom som ikke deltar i den organiserte fritiden, eller som står i fare for å utvikle asosial atferd, integreres i samfunnet gjennom offentlige finansierte tilbud. Kommunale åpne møteplasser for ungdom skal legge til rette for aktiviteter for barn og unge og slik være et alternativ til å henge ute. Dette er et sted å være sammen med andre ungdommer og trygge voksne. I et slikt

perspektiv er klubbene også for «de som trenger det mest». Her jobber man bevisst med å gi både såkalt ressurssterk ungdom og ungdom som befinner seg i risikosonen positive opplevelser, selvtillit og kompetanse. Slik ønsker man å gjøre de bedre rustet til å skape seg et godt liv.

Den kulturfaglige begrunnelsen

I tillegg til det sosialfaglige, vektlegger myndighetene at det skal legges til rette for at alle barn og ungdom får like muligheter til utvikle sine skapende evner og uttrykk. Dette gjelder uavhengig av hvor i landet de bor og eller økonomisk bakgrunn. De åpne møteplassene for ungdom skal være et sted for alle ungdomsgrupper. Et fristed hvor de kan delta på tvers av ungdomskulturelle skillelinjer og hvor de kan utvikle sine egne kulturuttrykk.

Deltagelse i aktiviteter og sosiale sammenhenger hjelper ungdommene til en positiv utvikling og vekst. Gjennom å delta i konkrete aktiviteter og prosjekt (musikk, cafe, turer osv.) og gjennom samtaler, råd og støtte de får fra voksne på åpne møteplasser for ungdom, utvikler unge sentrale egenskaper som setter de i stand til å påvirke egen hverdag.

Slike prosesser forstås gjerne som tilføring av forskjellige kvalifikasjoner i form av ny kunnskap, ferdigheter, holdninger, selvinnsikt og liknende. Slik kan åpne møteplasser for ungdom bidra til at ungdom settes i stand til å bli gode navigatører i eget liv.

Erfaringer viser at deltakelse og medbestemmelse er helt sentralt for at ungdom skal oppleve fritidsklubben som en attraktiv arena. Det vil si et sted å lære, mestre, erfare demokrati og et sted å føle eierskap til. Åpne møteplasser for ungdom i Norge har en lang tradisjon med å vektlegge unges bestemmelse gjennom å gi dem innflytelse. Selv om de åpne møteplassene ungdom er ulike, er metodikken felles. Ved å arbeide metodisk med medvirkning, er ungdomsarbeideren unik i fagmiljøet som jobber direkte med ungdom.

FAKTA

Fritidsklubbene har siden 1950-tallet vært arenaer hvor ungdom har fått rom til å teste ut egenskaper, ferdigheter og talent på et sted drevet etter deres egne premisser, men med en trygg voksenperson som man alltid kan spørre om råd. Med over 60 års fartstid på ungdomsfeltet har klubbene utviklet seg i alle mulige retninger. Det finnes ikke lenger én oppskrift for hvordan klubbene er. De er alt fra store kulturhus, til loft og kjeller, bomberom og skatehaller. Fritidsklubber er åpne møteplasser for ungdom, tuftet på prinsipper for medvirkning og demokrati. De er også tilpasset de lokale forholdene der de befinner seg, og en slik lokal tilpasning krever et solid fundament for klubbene å stå på.

POTENSIELLE SAMARBEIDSPARTNERE

Det er viktig å kartlegge aktuelle samarbeidspartnere, her har dere en liten oversikt. Listen er ikke utfyllende da det vil være en del regionale forskjeller. Det er derfor viktig at dere kartlegger dette gjennom kommunen- og fylkeskommunens nettsider.

SLT/SALTO/System for tverrfaglig samarbeid

Kjært barn har mange navn. SLT er en forkortelse for «Samordning av Lokale Kriminalitetsforebyggende Tiltak». De andre tar for seg nær sagt det samme – et forsøk på å koordinere kommunens forebyggende arbeid mot barn og unge, på tvers av fag. Mange kommuner har i dag en SLT koordinator, som fungerer som et bindeledd mellom de ulike instansene som jobber mot målgruppa. Et forum hvor skole, helsestasjon for ungdom, forebyggende politi og fritidsklubb inkluderes i å skape en felles strategi for kriminalitetsforebygging. Hvordan kommunene organiserer sitt SLT arbeid er svært ulikt, men vi anbefaler deg å etablere kontakt med din lokale SLT-koordinator og bli kjent.

Utekontakten

Utekontakten eller Ute teamet er en oppsøkende tjeneste som jobber forebyggende med ungdom, stort sett i alderen 13-20 år. Utekontakten har ofte ansatte med sosialfaglig bakgrunn

som sosionomer, barnevernspedagoger og miljøterapeuter som driver oppsøkende arbeid. Utekontakten skal være der ungdom er, enten det er på skolen, fritidsklubben, kjøpesenterne eller i parken når russeren har vrengefest. Det er fint å etablere god kontakt med disse, da de ofte kommer i kontakt med mange av de samme ungdommene som du har på klubben din. Utekontakten er ingen lovpålagt tjeneste, og er ofte organisert under oppvekst eller barnevern.

Forebyggende politi

De fleste politidistrikt har såkalt forebyggende politi. Dette er politibetjenter som skal jobbe spesielt mot unge, med fokus på kriminalitetsforebygging. Blant annet foretar de bekymringssamtaler med ungdom og foreldre i risikosonen, de gjør oppsøkende informasjonsarbeid på skolen, inngår i samarbeid om konkrete satsninger som antiradikaliseringarbeid, antidopingarbeid og liknende. Inviter forebyggende politi til å komme på besøk på klubben din for å bli kjent med ungdommene på deres arena.

Nærmiljøforum

I noen kommuner har man gått sammen om å etablere såkalte nærmiljøforum hvor målsettingen er å treffes på tvers av andre aktiviteter for barn og unge i nærområdet. Dette kan være en fin måte å både informere om hva som foregår på klubben, og å treffe andre ungdomsarbeidere i f. eks korpset, idrettslaget eller bli kjent med foreldre og voksne i boligområdet. Her kan man samarbeide om å tidlig fange opp en negativ utvikling i et ungdomsmiljø, eller samskape store bra aktiviteter for ungdom.

Skole

Skolen er en viktig samarbeidspartner, og her er det viktig å få til en god dialog med administrasjonen. Inviter deg selv inn på foreldremøter og andre aktuelle samlinger slik at du kan fortelle om arbeidet som gjøres på din klubb. Skolene er også et sted hvor du kan nå alle ungdommene, og slik sett et fint sted for rekruttering. Kanskje du kan komme inn i klasserommene og fortelle om tilbudet deres, eller kanskje du kan snakke i storefri.

FAU

Alle foreldre som har barn i skolen, er medlemmer av skolens foreldreråd. Foreldrerådet velger et arbeidsutvalg (FAU) som er foreldrestemmen overfor skolen. FAU skal blant annet sikre reell medvirkning fra foreldre og ha medansvar for at elevenes læringsmiljø er trygt og godt. FAU skal representere alle foreldre ved skolen og bidra til at samarbeidet mellom hjem og skole er godt.

UKM

«UKM skal stimulere og synliggjøre ungdommens kulturelle aktivitet – lokalt, regionalt og nasjonalt. UKM skal være et landsomfattende arrangement – åpent for all ungdom». Plikten til å gjennomføre UKM på lokalt nivå avtales mellom kommune og fylke. Det settes ingen rammer i avtalen for ansvars plassering eller rammeverk (budsjett/personal) for avvikling. Det er opp til hver enkelt kommune hvordan de løser oppdraget.

MOT

MOT er en positiv holdningskampanje for ungdom som tar sikte på å lære ungdom at de har MOT til å velge selv, MOT til å være seg selv og MOT til å si nei/bestemme selv. Utover skolen undervises klubbansatte, idrettsledere og kommuneledelsen i MOT-verdiene og målet er at ungdommene skal møte MOT-verdiene gjennom hele hverdagen sin, både på skolen og på fritiden. MOT gjør en avtale med hver kommune på toppledernivå, som forplikter kommunen å følge et gitt program for opplæringen og implementeringen av kampanjen. Ungdomsmedvirkning er en viktig faktor i arbeidet i og utenfor skolen.

Den Kulturelle Skolesekken (DKS)

DKS skal levere et profesjonelt kunst- og kulturtilbud av høy kvalitet til barn og ungdom i skolealder. DKS skal legge til rette for opplevelse, kjennskap og forståelse for kunst og kultur av alle slag, og den skal medvirke i realiseringen av skolens kompetansemål. Den kulturelle skolesekken er et samarbeidsprosjekt mellom Kulturdepartementet og Kunnskapsdepartementet. Kulturtanken (tidl. Rikskonsertene) har det nasjonale ansvaret for ordningen.

Kulturskolen

Kulturskoletilbudet har en bredere kunstfaglig portefølje enn grunnopplæringen og retter seg i hovedsak mot barn og unge i alderen 0-19 år. Kulturskolens programtilbud skal ivareta læring, opplevelse, skaping og formidling på alle nivå gjennom bred rekruttering og planmessig opplæring. Som lokalt ressurscenter skal kulturskolen også medvirke til å styrke kulturell kompetanse og utfoldelse i lokalsamfunnet gjennom forpliktende samarbeid med skole-, kultur- og helsesektoren.

Trossamfunn

De fleste lokale trossamfunn drifter egne ungdomstilbud. I konfirmasjonstiden får mange ungdom kontakt med disse. Disse tilbudene drives av frivillige voksne, og er viktige samarbeidspartnere for din fritidsklubb. Bli kjent med de som driver disse klubbene, dere kommer ofte i kontakt med de samme ungdommene.

BUA

Foreningen BUA er en nasjonal forening etablert i 2014. BUA skal bidra til inkludering og økt deltakelse i helsefremmende aktiviteter for barn og unge uavhengig av sosioøkonomisk status. Dette gjøres ved å styrke og synliggjøre utlånsordninger, utstyrssentraler og utstyrsbanker som låner ut sports- og fritidsutstyr til barn og unge.

ALLEMED

ALLEMED er et gratis informasjon- og handlingsverktøy utviklet med ønske om å øke frivillige og lederes kunnskap om utenforskap som følge av fattigdom blant barn og unge og øke inkluderingen av disse barna. Det vil også gi deg en konkret måte å jobbe med temaet i din gruppe.

Flere forslag til potensielle samarbeidspartnere kan være:

- Idrettslag
- Lokale frivillige organisasjoner
- Bibliotek
- Lokale kulturinstitusjoner
- Kulturhus
- Festivaler
- Flyktningmottak/ bolig for enslige mindreårige flyktninger
- Folkehelsekoordinator
- Næringsliv





Noe av grunnen til at vi utviklet denne håndboken er at vi ønsker å synliggjøre den tause kunnskapen, gi ungdomsarbeidere konkrete og praktiske verktøy for å drive med solid og reell ungdomsmedvirkning, etablere et felles begrepsapparat og løfte anseelsen til fagområdet ungdomsarbeider og fritidsklubbdrift.

AVSLUTNING DEL 1

MEDVIRKNINGSMETODIKK

Gjennom å bruke modellen *medvirkning som metode* og begrepene *relasjon, ressurs og relevans*, har vi forsøkt å gi deg eksempler på og tips til hvordan du kan sikre høy grad av medvirkning. Å jobbe slik vi foreslår, vil føre til medvirkning fra ungdom, hele tiden. Vi mener denne måten å jobbe på sikrer at dere alltid er i dialog med ungdommene, er aktive i utviklingen av klubben, undersøker potensialet i situasjoner, personer og miljøer og aldri snur bunken og gjør det samme år etter år.

Ungdomskulturen er i stadig endring – ungdomsarbeidere må alltid være på ballen og klare for å bli introdusert for noe nytt! Vi som har jobbet med metodeutviklingen, har alle det til felles at vi jobber på klubber og ungdomshus som har relativt godt med ressurser – både i form av årsverk, lokaliteter og driftsmidler.

Dersom vi skal gi dere ett tips som vi mener er en suksessfaktor for å sikre medvirkning på klubben, er det dette: Sørg for å ha en ansatt klubbarbeider som ikke er bundet opp i for mange faste oppgaver, men har tid til å oppsøke nye miljøer, bli kjent med nye ungdommer og erverve ny kunnskap om ungdomskulturen.

Et perspektiv klubben vil ha utbytte av, er generelt å tenke mer utvikling, vekst og aktivitet – og mindre «pratekompis og lekekompis». Dette betyr ikke det samme som å slutte å gjøre relasjonsbygging og miljøarbeid – dere skal bare gjøre det litt smartere og mer målrettet. Tenk alltid livsløpet – dere prioriterer for fremtidens klubb!

Scenario fra klubbverden: Dere er to voksne på jobb og normalt er begge bundet opp i kaféen med å selge og lage mat. Nå skal dere sørge for at én av disse fungerer som en fristilt klubbarbeider på en vanlig klubbkveld, samtidig som dere skal sørge for at kaféen funker. I kaféen trenger du én voksen og et par ungdommer. Disse ungdommene kan dere lære opp til å stå i kassa, lage mat, ta oppvasken og rydde bordene. Da fristilles en ungdomsarbeider til å henge i miljøet, og kanskje også ha et møte med en gruppe som ønsker å lage en temafest på klubben? Og så kan de sammen skrive søknad til Ungdom og Fritids Frifond om penger til å arrangere festen.

Hva er virkningen av å gjøre dette?

- Dere bygger ressurser hos ungdommene – både de som jobber i kafeen og får ferdigheter de ikke hadde før, men også ungdommene i «festgruppa» som får lære seg å skrive søknad.

- Dere sørger for at kaféen fungerer gjennom å skaffe dere flere «hjelpere» i form av ungdom som kan betjene kaféen.
- Dere gir ungdommene eierskap i kaféen og kunnskap om matlaging.
- Dere får snakket med ungdommene og kanskje kommet tettere på, fordi en aktivitet gir mulighet for relasjonsbygging på en annen måte enn én-til-én samtaler.
- Dere legger grunnlaget for flere aktive ungdommer på klubben.
- Dere gir ungdom arbeidserfaring.

vi håper du er klokere og mer inspirert enn før du leste boken.

Til å begynne med vil dere kanskje erfare at denne måten å jobbe på krever mye oppfølging fra dere som voksne, men etter hvert får dere selvstående ungdom som også blir i stand til å lære andre ungdom oppgavene i for eksempel kaféen, eller å skrive søknad til Ungdom og Fritids Frifond. Da vil kanskje behovet for å utvikle dette arbeidet videre, melde seg. Og da kan du plukke opp denne håndboken igjen og lese tips og triks, og bygge videre sten for sten. Husk at dette tar tid og at tid koster penger.

Følelsen av å kunne stå i kulissene og se ungdommene drive sin egen klubb, mens dere trekker forsiktig i trådene, det er verdens beste følelse!

vi ønsker dere lykke til på veien!

DEL 2

ARBEID MED UNGE ARRANGØRER

En veileder til hvordan du som ungdomsarbeider kan være med å tilrettelegge for å lage arrangementer for ungdom, av ungdom og med ungdom i ditt lokalmiljø.



Denne veilederen er ment å gi deg enkle tips og triks for å jobbe som arrangør hvor du involverer ungdom i alle deler av prosessen.

INTRODUKSJON

Du har nå kommet til den delen av boken som omhandler det rent praktiske ved arbeid med unge arrangører. Her får du vite hvordan du bør gå fram når du skal lage arrangementer for, av og med ungdom. Det er et stort mangfold av kulturuttrykk på de åpne møteplassene. Vi bruker derfor en bred definisjon av begrepet når vi snakker om arrangering: alt fra cosplay, LAN, teater, skateshow til ungdomsfestivaler mm.

Du vil raskt se at håndboken overlapper litt med kapittelet *relevans*, da mye av tenkingen i det kapittelet gjenspeiler hva slags forhold du har til å tenke profilering og merkebygging av klubben, slik at dere er relevant for ungdommene.

Det er svært viktig for oss å presisere at denne delen av boken er skrevet til deg som ungdomsarbeider og ment som et verktøy for hvordan du sammen med ungdommene skal kunne planlegge og gjennomføre arrangementer på en best mulig måte. Du må aldri tenke at du kan slippe ungdommene løs fullstendig på egenhånd, din kunnskap og veiledning er helt essensiell når du jobber praktisk med medvirkning.

EN KONSERT TIL BESVÆR

Høsten 2012 arrangerte Aktivitetshuset VOLT sin dyreste konsert noensinne. På scenen stod ENVY (nå: Nico&Vinz) som tidligere samme år hadde gjort braksuksess med låten «One Song» og nå hadde hatt hele tre hits på radio, nok til at ungdommene var godt kjent med artisten. Alt lå til rette for en knallkveld for ungdom i Lørenskog.

I forkant gjorde arrangørene alt de har lært som produsenter og konsertarrangører for voksne. De gjorde «alt riktig». Konserten ble annonsert i god tid før sommerferien, altså tre måneder i forkant, med spesialpris for å få opp forhåndssalget. Prisen var 100 kroner før sommeren, noe man mente var en fornuftig pris på en ungdomskonsert. Etter sommeren kostet konsertbilletten 150 kroner. Argumentet for billettprisen var «de har jo råd til å gå på kino, og det koster jo nesten 200 kroner om du regner med billett og godteri».

Plakaten var stilriktig, ungdom var rådspurt i forkant om bookingen, honoraret var presset til akseptabelt for et ungdomskulturhus, konserten var en del av et tidligere «arrangementskonsept» som hadde vært en «hit» i ungdomsmiljøet, support var lokale hiphop-ungdom. Endelig var dagen der. Lørdag 27. oktober 2012. Dørene ble åpnet og inn kom seks betalende ungdom. Dett var dett. Hvor var resten?

TIPS

Vi har samarbeidet med Norske Konsertarrangører (NKA) om denne delen av boken. NKA er en interesse- og kompetanseorganisasjon for konsertarrangører. Vi anbefaler deg å sjekke ut deres Arrangørwiki som du finner på konsertarrangor.no. Vi vil gi dere tips om nyttig info dere kan finne i Arrangørwikien, så bruk dette som et oppslagsverk.

Det var 20 frivillige ungdommer på jobb som bandansvarlig, garderobe, teknisk crew, kafécrew. Iberegnet lønnskostnader og administrasjon, samt artisthonorar endte kvelden opp med å koste nærmere 60 000 kroner. Altså 10 000 kroner per betalende ungdom. Katastrofen var et faktum. Hvorfor gikk det så galt? Hva gjorde de feil?

For å løse krisen, ble alle de frivillige ungdommene som jobbet på arrangementet kastet inn foran scenen for å være publikum. De ble nær sagt tvunget til å stå foran scenen og ved hjelp av voksne på jobb, klarte man sammen å skape god stemning.

De voksne arrangørene satte seg i skammekroken etter konserten. Det var flaut å ha brukt så mange penger på så få ungdom. Det betød mindre aktivitet resten av året, og dessuten kom det til å kunne spille en negativ rolle for ryktet huset hadde dersom det nå ble kjent at det ikke kom noen på konserten.

Etter en grundig evaluering stilte de seg spørsmålene:

- Burde vi markedsført mer og i andre kanaler? Burde vi vært på skolebesøk?
- Hadde vi for høy billettpris?
- Var det for få ungdom som likte musikken til at det var god booking?
- Var det andre arrangementer i nærområdet vi konkurrerte med?
- For å svare kort på spørsmålene:
- Billettprisen var for høy – en smertegrense er definitivt 100 kroner for en ungdomskonsert.
- Bookingen var ikke feil, men den burde vært lagt til en festival hvor det var flere ungdom tilstede som ville høre flere band.
- Det var for få ungdomsartister som support (hiphop er vanskelig med mindre man booker et helt crew) – supporten trekker.
- Konserten var for tett opptil Halloween-helgen. Mange ungdom var opptatt med andre fester, og konserten ble ikke relevant nok.

Konserten ble et vendepunkt for de ansatte på Aktivitets- huset Volt. De bestemte seg for heretter aldri å booke en artist utenfra uten at ungdom nærmest presset på for å få det til å skje. Ungdom skulle være en essensiell del av beslutnings- prosessen og de skulle også like artisten så godt, at de ønsket å promotere konserten for egne venner. Det skulle også være rift om plassen for å få lov til å være support for headliner. Det ble ikke organisert store møter eller laget konsertorganisasjoner for å komme dit – de begynte enkelt – de begynte med å spørre ungdommene, gjentatte ganger, hva de ønsket seg.

De opprettet en facebookgruppe for de som var spesielt interessert i musikk, og la ut spørsmål der. De brukte tid på å snakke med ungdommene i miljøet, og på å se an hva som var populært blant musikerne. De ansatte la stor vekt på at ungdommene selv måtte stå for store deler av promoteringen av arrangementet. De skulle selv lage event på Facebook og jobbe på arrangementet. Også sørget de for at det alltid var tre supportband fra miljøet per headliner, og programmerte det bandet med flest fans til sist.

Men det viktigste de gjorde, var å bestemme seg for å aldri ta beslutninger på vegne av ungdommene. Ungdom vet best selv hva de vil ha. Ungdomsarbeidernes jobb er å gi ungdommene muligheten til å realisere drømmen sin.



I kapitlet om relevans tok vi opp noen viktige spørsmål, som også gjelder når du skal tenke på ungdomshuset eller fritidsklubben som arrangør.

ARENAEN

I kapitlet om *relevans* ba vi deg om å se for deg personalgruppen og stille følgende spørsmål:

- Hvem er målgruppen vår?
- Hvordan gjør vi oss relevante for målgruppen?
- Hva slags omdømme har klubben?
- Hva slags omdømme bør klubben ha?
- Hvordan er innholdet på klubben tilpasset lokalsamfunnet og de ungdommene som bruker klubben?
- Hva er historien til klubben?
- Hvilke ambisjoner, kompetanse og ressurser finnes på arbeidsplassen og hva sier ungdommene at de vil ha? Samsvarer disse?
- «Eies» klubben av ett miljø?

De samme spørsmålene gjelder når du skal tenke som en arrangør på klubben. Arrangementet bør i størst mulig grad være koblet til et ungdomsmiljø du allerede har god kontakt med. Slik sikrer du deg eierskap blant ungdommene og økt mulighet for et publikum.

LOKALER

Hva slags lokaler dere har på klubben vil ofte avgjøre hvilke arrangementer dere har mulighet til å ha der. Men en klubb vokser seg noen ganger ut av egne lokaler og over i andre kommunale lokaler – idrettshaller, kulturhus, skoler osv. Som arrangør skal du tenke på relevante lokaler for aktiviteten dere skal gjøre.

Still deg selv spørsmålene:

- Hva er et egnet lokale for arrangementet?
- Har kommunen dette?
- Hva slags utstyr krever arrangementet (noen ganger bør man velge lokale etter arrangementstype er valgt – det er stor forskjell på kravspesifikasjon for en konsert og et LAN).
- Finnes det noen relevante samarbeidspartnere for dette arrangementet? Kan dere få en lokal konsertarrangør som f.eks. det lokale kulturhuset til å arrangere en «under 18»-konsert i samarbeid med klubben?
- Hvor mye utstyr har dere tilgjengelig og hva må dere eventuelt leie? Står det noe i kontrakten til artisten (generell regel: Signer aldri kontrakt før teknisk rider er gjennomgått og godkjent av en kompetent person – her ligger det potensielt store utgifter for deg som arrangør).
- Hva slags assosiasjoner har ungdom til stedet du har tenkt å arrangere konsert/LAN etc.?

TIPS

Sjekk ut Norske konsertarrangørers publikasjon «Feite Forestillinger». Her finner dere mye aktuelt stoff om lokaler og teknikk.

ARRANGØRENE

Som en hovedregel bør du alltid ha en overvekt av ungdom i arrangørgruppen. Det er viktig at den gruppen som skal organisere konserten, forestillingen eller eventet er genuint opptatt av sjangeren, kulturen eller formatet de skal være med å lage. Akkurat som du ikke vil sette en dansebandentusiast til å arrangere en blackmetal-konsert, vil du ikke sette en pønker til å arrangere neonparty, i alle fall er det greit å ha dette som hovedregel. Representanter fra miljøet er den viktigste suksessfaktoren.

Som klubb vil dere ofte ha kontakt med både ungdom som tilhører klubben geografisk og ungdom som oppsøker klubben for å kunne gjøre en egen aktivitet, såkalte selvorganiserte ungdomsmiljøer. Et godt eksempel på et typisk selvorganisert miljø er streetdance-miljøet. Mange ungdom oppsøker klubben for å trene på det de har lært gjennom å gå på organisert trening tidligere. Når det har bygd seg opp et mindre miljø med dansere, vil det ofte være nærliggende for deg som klubbarbeider å spørre om de har lyst til å lage et arrangement – for eksempel en battle eller jam. Her skal du være smertelig klar over egen utilstrekkelighet, og oppsøke kompetent ungdom og voksne i dansemiljøet.

Sett sammen en arrangørgruppe bestående av de ungdommene som har lyst til å lage en battle, og dersom du ikke har relevant kompetanse om hvordan dette organiseres, skaff deg kompetansen gjennom å kontakte voksne som kan og vet. Som arrangør er det viktig at du respekterer at hvert enkelt kultur- eller kunstuttrykk har sin måte å gjøre ting på - det er en viktig del av kulturen, normene og reglene til uttrykket. En battle uten et dommerpanel bestående av relevante folk, bra premier og detaljer som oppmålt scenegulv, plass til å sitte rundt og bra DJ, blir et halvveis arrangement. Legg deg en ting på minnet – det skal aldri se ut som om kommunen inviterer til dansekonkurranse.

Så fort du har de rette arrangørungdommene, er det lurt å samle disse til noen møter. Pass på at det ikke blir for mange og for lange møter, og ha gjerne gratis mat på møtene – det hjelper på både moralen og oppmøtet!

Tenk en firedelt møteprosess: Idémyldringsmøte, beslutnings- og planleggingsmøte, produksjonsmøte (ved gjennomføring), evalueringsmøte.

Idémyldringsmøtet:

- Kom med noen halvferdige idéer – gjerne en dato og forslag til lokale.
- Spør ungdommene hva de kunne drømt om at skjedde på klubben eller i kommunen de bor.
- Vær positiv til alle idéer som kommer – skriv de gjerne opp på et stort ark eller en tavle slik at alle ser idéene. La de komme med de sprøeste forslagene i denne første fasen.
- Avslutt med å lande delvis noen idéer og la disse mørne litt.
- Opprett en gruppechat på Facebook hvor du legger ut referat fra idémyldringsmøtet.
- Avtal tidspunkt for neste møte.

Beslutnings- og planleggingsmøte:

- Plukk opp idéene fra forrige gang og gjør det klart at dere i dag skal lande på det som er realistisk å gjennomføre.
- Bruk en enkel elimineringsmetode for å ta beslutninger. En eller annen form for avstemming fungerer bra (se faktaboks om YoPro).
- Ferdigstill prosjektbeskrivelse og søknad om penger til Ungdom og Fritids Frifond. Jobb med et realistisk budsjett og vit i forkant om det finnes penger i klubbkassa eller i budsjettet som også kan brukes på arrangementet.

Start med de enkle tingene når det gjelder planlegging:

- Når skal arrangementet starte?
- Skal det være mat?
- Oppvarmingsartister?
- Hvem tenker vi at vil komme – hvilken alder er disse ungdommene i?
- Er det bra å holde på datoen eller bør vi bytte dag?

- Er det noe annet som skjer i samme tidsrom som kan kollidere med arrangementet?
- Hvordan bør plakaten se ut? Finn noen eksempler til inspirasjon. Er det noen som er gode til å lage plakater?
- Hvem av arrangørene kan jobbe på arrangementet? Er det noe spesielt de ønsker å jobbe med?

Dette er punkter som ofte skal inn i prosjektbeskrivelsen og budsjettet, så mye arbeid gjøres gjennom å jobbe systematisk om for eksempel frifondsøknaden sammen med ungdommene.

Produksjonsmøte i forkant av avvikling: Her handler det om å følge opp beslutninger tatt på forrige møte og lage en detaljert produksjonsplan for arrangementet. En produksjonsplan beskriver alle elementer som må med for at alle skal vite hva som skal skje til gitte tidspunkter og hvem som er ansvarlig. Se vedlegg bakerst i boka for eksempel på en produksjonsplan til et større arrangement.

På produksjonsmøte avtales endelige detaljer rundt disse spørsmålene:

- Når skal arrangementet starte – detaljert oversikt over artister av og på scenen, dørene åpner, dørene stenger, pauser etc.
- Hvem lager maten?
- Hvem er oppvarmingsartister? Når kommer disse? Hvor mange er de?
- Hvem henger opp plakater og

hvor?

- Hvem lager event på Facebook og når?
- Hvem er ansvarlig for foto og sosiale medier under avviklingen?
- Hvem av arrangørene jobber med hva under arrangementet?
- Er det noe vi må kjøpe inn?

På selve arrangementsdagen er det lurt å møtes noen timer før arrangementet starter og gjennomgå produksjonsplanen for selve dagen, samt gå igjennom brann- og sikkerhetsrutiner med ungdom og voksne.

Evalueringsmøte:

En måte å gjøre evaluering av et arrangement, er å ta utgangspunkt i produksjonsplanen og prosjektbeskrivelsen og evaluere i hvilken grad man gjennomførte slik man hadde planlagt. Det er også fint å kunne vise til en oppsummering før man begynner, for eksempel hvor mange som kom på arrangementet, hvor mange likes man fikk på instagramposter osv. Hvis du har mulighet til det, gjør en kort evaluering med en gang arrangementet er over, mer som en debrief, og noter ned ting da. Man husker best rett etterpå.

Evaluering er den kjedelige biten mange hopper bukk over, og samtidig det stedet det ligger mest læring for både deg som voksen og ungdommene som ferske arrangører. Tilrettelegg med gratis mat og et passende tidspunkt for å motivere så mange som mulig til å komme på evalueringen.

TIPS

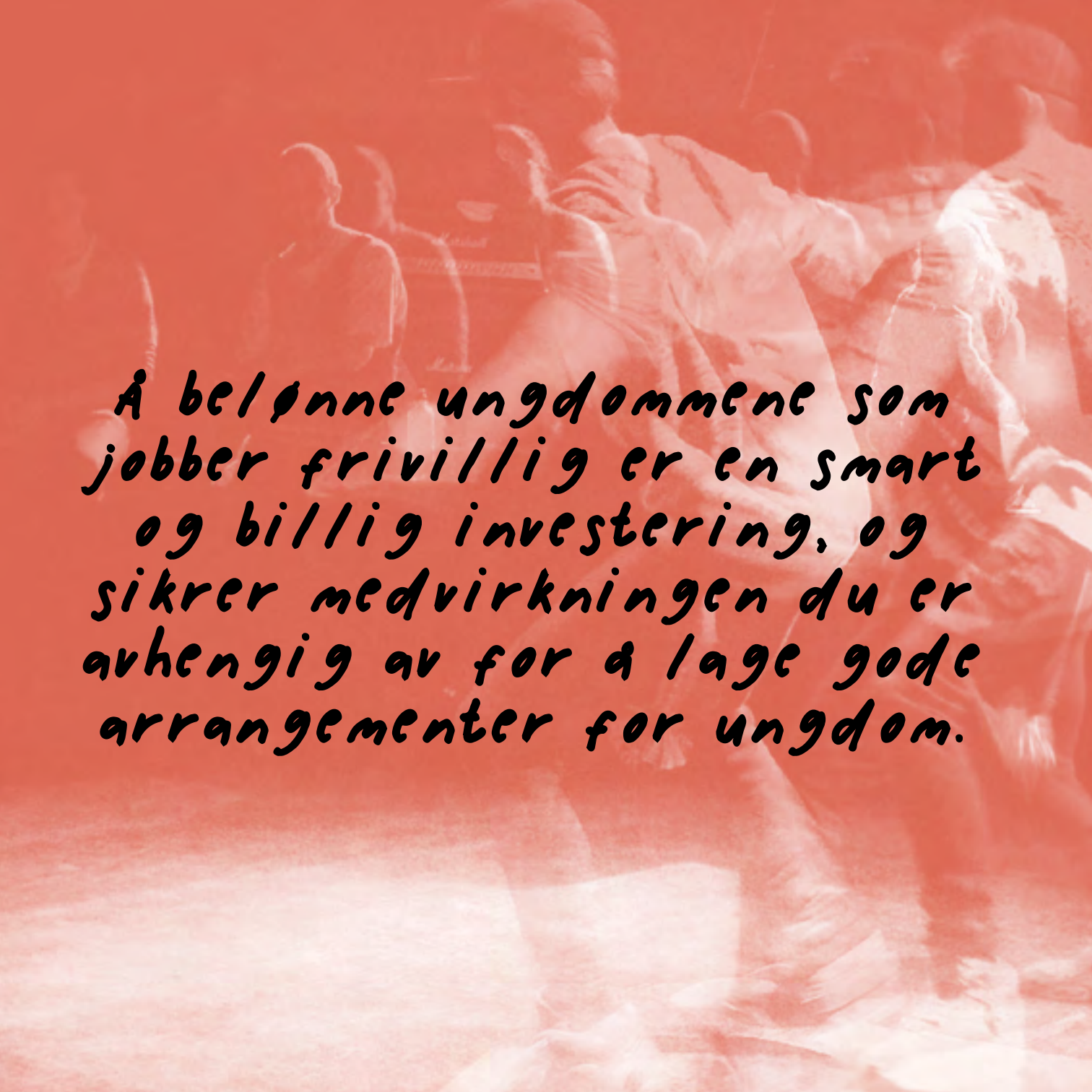
Med mer erfaren ungdom er det mulig å hjelpe slik at de organiserer seg som en forening i Brønnøysundregisteret. Dette krever et styre, vedtekter, formålsparagraf og andre ting du som voksen kan hjelpe til med å lage. Ved å gjøre dette, åpner du mange dører for ungdommene til å søke arrangementsstøtte utover ordninger hvor en kommune normalt ikke vil få penger. Se vedlegg med eksempel på vedtekter for foreningen Radar Event.

FRIVILLIG UNGDOM

De frivillige ungdommene er arrangørene deres. Det betyr at du med fordel kan spørre ungdom om de vil jobbe frivillig som arrangører eller på klubben, og presentere det som en byttesituasjon. Å belønne ungdommene som jobber frivillig er en smart og billig investering, og sikrer medvirkningen du er avhengig av for å lage gode arrangementer for ungdom.

Tips til belønning av ungdom:

- Skriv gode attester og tilby deg å være referanse når de søker jobb eller skoleplass.
- Vurder hvorvidt du skal kontraktsfeste den frivillige jobben. Du vil trenge kontaktinformasjon til foreldre, men det kan noen ganger på større arrangement være greit å tydeliggjøre hva som forventes av de som frivillige og hva som forventes av dere som klubb. Her er det viktig at du balanserer og ikke er for tidlig ute med kontrakten, den kan virke avskrekkende. Dersom du ønsker å lage en kontrakt, kan du bruke en variant av Norske Konsertarrangører sin. Se vedlegg bak i boken.
- Gi ungdommene godt med mat og drikke når de jobber.
- Sørg for at ungdommene får noe som gjør at de skiller seg ut: Crew t-shirts, nøkkelbånd og mulighet til å bære andre attributter er en fin måte å vise at de er viktige.
- Arranger egne lukkede fester for de frivillige på klubben. Eget julebord hvor alle får en utmerkelse eller diplom for noe de har bidratt med, er en kjempefin måte å bygge oppunder stoltheten deres.

A group of young people, mostly men, are sitting on the floor in a circle. They appear to be engaged in a group activity or discussion. The image is overlaid with a semi-transparent red filter. The text is written in a black, handwritten-style font.

Å belønne ungdommene som jobber frivillig er en smart og billig investering, og sikrer medvirkingen du er avhengig av for å lage gode arrangementer for ungdom.

For å kunne lære ungdom bookingprosessen, er det viktig at du som voksen kjenner godt til alle deler ved den.

BOOKING

HVA BØR DU TENKE PÅ NÅR DU BOOKER FOR OG MED UNGDOM?

Når du skal jobbe med ungdom og booking, er det viktig å ha brainstorming rundt alt av artister/attraksjoner før man jobber med å se mønster og system. Finn først ut noe som kan være aktuelt for klubben eller festivalen dere booker til. Det er viktig å ikke drepe gnisten for tidlig. Ungdom forstår at de ikke kan booke Justin Bieber, men kreativ prosess er kreativ prosess. Gi dem muligheten til å tenke stort først.

Når det gjelder booking forøvrig, så er det viktig å hjelpe ungdommene å tenke som arrangører. Hvem du booker handler om hvilken profil du ønsker at arrangementet ditt skal ha, og hvordan du vil bruke de pengene du har til rådighet.

Vårt råd er å gi ungdommene mest mulig selvråderett, under veiledning av voksne. Gi de et budsjett å booke artister for, hjelp de med å se hva som er mulig å få tak i for den summen, og still betimelige spørsmål som setter i gang refleksjoner rundt hvilke bookinger som kan trekke publikum og ikke. Det er mye å tenke på når man skal gjøre en booking, vær trygg på prosessen selv slik at du klarer å veilede ungdom på en god måte. Eventuelt hent inn noen som er proffe på å booke artister til å veilede både deg og ungdommene.

KOMBINASJONEN PROFESJONELL ARTIST OG LOKALE SUPPORTBAND

Det kan være lurt å tenke at en headliner aldri er bra uten et lokalt supportband. Det er faktisk slik at en headliner sjelden klarer å trekke et stort ungdomspublikum til klubben alene. Ungdom konsumerer musikk annerledes enn hva vi voksne er vant med – de har ikke et forhold til album og livemusikk på samme måte som mange av oss er

kultivert til å tenke. Du bør alltid tenke hva er nærmest ungdommen selv. Hvilket betyr – hvilke band med ungdom fra nærområdet trekker mange ungdom?

Generelt vil det være lurt å booke flere ungdomsband på samme kveld når dere arrangerer konsert, slik at dere sikrer et stort publikum. Det vil også være lurt å tenke hvilket band med tilhørighet hos oss trekker normalt flest folk? Og så sette disse sist i lineupen (rekkefølgen). Da beholder dere publikum lengst mulig på arrangementet.

Det er også lurt å tenke seg godt om før man booker ungdomsband fra andre kommuner, dersom disse ikke er i nær tilknytning til miljøet du allerede har på klubben. Å arrangere konserter for ungdom er generelt ekstremt vanskelig - ikke gjør det vanskeligere for deg selv.

HVOR OFTE SKAL DU BOOKE EN «HEADLINER»?

Vår anbefaling er at dere prøver å fokusere booking av store artister til arrangementet dere velger å definere som flaggskipet. Det er kostbart å gjøre store bookinger, og det lønner seg å tenke bredt i forhold til publikumsoppslutning. Ikke gå i «Envy-fella».

TØRRTRNING GJENNOM Å BRUKE LOKALE UNGDOMSBAND – EN ØVINGSARENA FOR ALLE PARTER.

For å lære ungdom å arrangere konserter, er det en fordel å tenke langsiktig. La de begynne med tørrtrening på band som allerede er på klubben eller i nærmiljøet. Her kan begge parter lære masse – bandet lærer om selve bookingprosessen, og arrangørene lærer hva som må gjøres for å kunne booke et band.

TIPS

Les mer om dette i Norske Konsertarrangør sin Arrangørwiki, under "Artisthåndtering og booking". Her kan du lese mer om: Booking og bookingsamarbeid, Artistens apparat, honorar-modeller, rider (behovsliste), artistgarderobe, konsertbudsjett, Tono, avtaler og kontrakter.

TIPS

Tips fra Arrangørwiki : Huskeliste til booking

- Vær ærlig! Tenk igjennom på forhånd på hva dere kan tilby og ikke la deg bukke under av uanstendig høye krav.
- Forfatt et bud hvor du beskriver grunnleggende fakta og vilkår, honorar og eventuelle tillegg. Legg ved budsjett!
- Gjør en risikoanalyse hvor du ser på bandets målgruppe, sjanger, stedet du booker til, aldersgrenser, aktualitet og liknende før du setter budsjettet. Verken du eller artisten er tjent med at det går med dundrende under-skudd.
- Husk at de fleste tilbud kan forhandles om og at ingenting er satt før det er bekreftet fra begge parter.
- Skriv kontrakt! Sørg for å lese "den lille skriften" og sett deg inn i hva den går ut på om agenten kommer til dere med en standardkontrakt de pleier å bruke.
- Snakker dere sammen på telefon, sørg for å skrive en bekreftende mail som sier svart på hvitt hva dere har snakket om og har avtalt.
- Ikke lat som du vet mer enn du gjør. Står du fast på noe, be om å få tid til å sjekke det og komme tilbake med et svar.
- Hold dine løfter, vær saklig og effektiv.
- Husk at dere har flere utgifter enn bare honorar og hospitality til bandet! Ha god dialog med markedsføringsansvarlig, teknisk ansvarlig og økonomiansvarlig rundt bookingen, så det ikke dukker opp noen uventede faktorer.



Gode arrangementer er den beste PR klubben kan få. Om mulig gjelder dette enda mer for ungdomsgruppen, ettersom de er over gjennomsnittet opptatt av omdømme.

PROFIL OG PR

Omdømmebygging har vi snakket mye om i kapittelet om *relevans*, vi anbefaler deg å gå tilbake dit og lese igjen, særlig siste delen som handler om arena. Her finner du mange gode tips til hvordan du kan jobbe med omdømmebygging gjennom å ha medvirkning på klubben.

Vi ønsker allikevel å løfte frem noen refleksjoner det er verdt å tenke over når man jobber med profilering og PR tilknyttet ungdomsarrangementer.

ARRANGEMENTSPLAKATEN

Ungdomsarrangementer er alltid rusfrie. Men må det alltid stå med store bokstaver øverst på plakaten? Er det den viktigste informasjonen for ungdommene å få med seg? Går det an å gjøre det synlig, men ikke stemple hele plakaten med «RUSFRITT FOR UNGDOM»? Vi tror det kan være lurt å dempe både dette og setningen «for ungdom».

Bruk ungdomsarrangørene dine i utformingen av plakat og promomateriell. De kjenner den visuelle profilen for ungdomskulturen sin best, og kan hjelpe deg med å unngå de største fellene. Eller lær deg subkulturen og sjangerens egenart og egne uttrykk. Men få alltid relevant ungdom fra riktig miljø til å designe plakaten eller komme med klare meninger/tilbakemeldinger på den visuelle profilen før trykk.

Du trodde kanskje plakat og flyerformatet var dødt i vår digitale tidsalder? Ikke hos ungdom. Ungdom går på skolen, og på skolen finnes det mange muligheter for å henge opp informasjon som

er synlig i fellesarealene. Gjør en god avtale med skolene om at du får lov å henge opp relevant informasjon der, og bruk gjerne ungdom som plakatopphengere. Da sparer du litt tid og slipper å kjøre rundt til alle skolene selv når det er hektisk.

TIPS

Fra Arrangørwiki

Les mer om dette under "PR og markedsføring", her finner du mer info om profil og merkevarebygging, plattformer for kommunikasjons, pressekontakt, Sosiale medier, marketing og annonsering

UNGDOMSTID ER PRE-VOKSENTID

Ungdom liker å se på seg selv som voksne. Hvordan kan du gi inntrykk av at arrangementet er for ungdom, men samtidig unngå å rope «kommunal ungdomskonsert» eller «kommunen inviterer til dansekonkurranse»?

Demp brus og boller faktoren når du arrangerer konsert og festival for ungdom, fokuser på opplevelsen og ta de på alvor som kulturkonsumenter. Noen kommersielle arrangører gjør ingen forskjell på sine arrangementer over og under 18 bortsett fra hvorvidt tappekranen er synlig. Dette gjør at ungdom slipper å bli påminnet at de er ungdom og ikke fullverdige voksne. Det handler mye om å ta de seriøst der de er, slik vi har beskrevet i relevanskapittelet.

SPONS, SAMARBEIDSPARTNERE OG TROVERDIGHET

Hvem du samarbeider med om hvilke arrangementer, har en innvirkning på hvordan arrangementet blir oppfattet av ungdommene du skal nå. Igjen – ungdom er de beste veilederne, og helt essensielle å ha med i arrangørgruppa i alle ledd, inkludert profilering, spons, markedsføring og pr.

Det er viktig at samarbeidspartneren oppleves som relevant og troverdig ovenfor målgruppen. Det er helt klart kulere om Session sponser et skatearrangement, enn om G-sport gjør det. Og styr unna alt som oppleves som barnslig. Da er det bedre å satse på samarbeidspartnere som retter seg mot det unge voksne markedet. Det er aldersgruppen 20-25 år ungdom kanskje ser mest opp til. Tenk smart.

MEDIEDEKNING

Lokalavisen

Etabler et godt forhold til lokalavisen og bruk dine personlige kontakter der du har muligheten. Flere aviser har i dag begynt med såkalt egenproduserte artikler, hvor du kan sende inn artikler til nettutgaven selv. Den merkes som innsendt bidrag. Dette kan være god PR i forkant og etterkant av arrangementet. Men hvem leser egentlig lokalavisen?

Vi vil anbefale deg å fokusere på informasjon rettet mot foreldre og andre voksne i lokalavisen. Med unntak av bildeserier i etterkant av arrangementet er det lurt å ha som hovedregel at ungdom i mindre grad leser avisen.

Vurder eventuelt et samarbeid med lokalavisen hvor ungdom fra arrangørgruppa kan få skrive en artikkel til nettutgaven selv. Har dere en ungdom på klubben som er opptatt av journalistikk, kan dette være en god anledning til å utfordre vedkommende. Det øker også sjansen for at andre ungdommer faktisk leser det.

Sosiale medier

Sosiale medier er den største mediekanalen for ungdom. Men hvilke kanaler bør du bruke når du jobber opp mot ungdom?

Ungdom bruker generelt telefonen sin veldig mye, og det

sies at per i dag er Instagram og Snapchat de kontoene det er enklest å nå ungdom igjennom. Men det er jo ikke plass til lange tekster om arrangementer på sosiale medier, så her må du bruke mediene på det de er best til – visuell fremstilling av enkle budskap. Igjen må du lene deg på ungdommene i arrangørgruppen, det er de som vet best hvordan man bruker sosiale medier. Utstyr ungdom med tilgang til klubb-kontoen og gi de tillit til at de publiserer ting som er fornuftig inntil eventuelt det motsatte er bevist. Sjekk ut Ungdom og Fritids «Håndbok for ungdomsarbeidere» som gir dere en rekke tips til hvordan dere kan markedsføre dere på Instagram ved å bruke mobilfotografier av det som skjer her og nå.





Her vil dere kunne lese mer om økonomi og hvordan dere kan hjelpe ungdommene med å skrive søknader.

ØKONOMI

SKAL MAN TA BETALT ELLER IKKE?

Når det gjelder arrangement for ungdom bør du tenke nøye igjennom billettpris eller gratisarrangement. Dette vil selvsagt avhenge noe av budsjettet ditt, men vi råder deg til å fokusere lite på billettinntekter og mye på å finansiere arrangementet gjennom andre inntekter som støtteordninger og tilskudd. Ungdom er en gruppe med lav kjøpekraft, i alle fall når det gjelder aktiviteter på klubben.

Det kan være fornuftig å tenke igjennom en rekke problemstillinger når billettpris skal vurderes:

- Hva ønsker dere å oppnå med arrangementet?
- Hvordan gikk det sist dere tok betalt på et liknende arrangement? Var det noen som ga tilbakemelding på at billettprisen var et hinder?
- Er det fornuftig å droppe billett i en periode nå for å bygge opp et ungdomsmiljø som besøker disse arrangementene?
- Hva kreves av organisering i forbindelse med arrangementet for å kunne ha billett? Eksempelvis på festival utendørs vil det kreve inngjerding av et helt område i henhold til HMS og sikkerhet. Hva er fordelen og ulempen med dette? Vil kostnader på leie av bygg-gjerder bli høyere enn antatt inntjening? Finnes det andre måter å kontrollere billett/ armbånd på?

Vårt råd er å prøve ulike ting og lytte til ungdommene når billettpris skal settes. Selv om ungdom har 200 kroner til å gå på kino, betyr det ikke at de har 100 kroner til å se en konsert på klubben. Ulike kulturuttrykk og forventninger skaper ulik vilje til å betale.

SØKNADSSKRIVING

For å bli en god søknadsskriver, kreves det tid til å skrive, mengdetrening, og et par gode prosjektbeskrivelser liggende i skuffen som beskriver virksomheten deres. Ofte vil du oppleve å søke penger på ulike steder til det samme prosjektet, men det betyr ikke at du sender samme søknad til de ulike instansene.

Vi har forsøkt å oppsummere noen tips som kan være nyttige å ta med seg når man skriver søknader. Det er her viktig å huske på at dersom du søker penger til større prosjekter, så må du også ha tid og ressurser til å «rigge for prosjekt». Dette kan bety å ha en fornuftig måte å følge opp regnskapet til prosjektet (snakk med økonomiavdelingen i kommunen), tid til å rapportere på pengene og ikke minst – folk til å gjennomføre prosjektet man får støtte til.

Bruk en vanlig klubbkveld til å jobbe med idéutvikling sammen med ungdommene fremfor for eksempel å spille bordtennis

TIPS

I forbindelse med søknaden til Ungdom og Fritids Frifond, vil du bli bedt om å lage et arrangementsbudsjett. Ta med ungdommene i prosessen på budsjetteringen, slik at de får et realistisk forhold til hva ting koster og hvordan man skal disponere penger. I bookingprosessen jobber man også ofte med arrangementsbudsjetter når man forhandler med bookingagenten om pris på artist. Se eget vedlegg på arrangementsbudsjett i boka.

eller lage mat sammen. Bruk de kommende klubbkveldene på å formulere prosjektet til søknaden sammen. Bruk noen timer av kontortiden din på å ferdigstille søknaden. Gjør du dette mange nok ganger, vil du oppleve at ungdommene selv begynner å søke penger til egne prosjekter som de kan gjennomføre på klubben, uten at du trenger å gjøre verken særlig mye papirarbeid eller oppfølging. Dette gjelder spesielt de større ungdommene som over tid får erfaring med at det å søke penger faktisk fungerer.

Husk: Det viktigste er en god prosjektbeskrivelse og en standard tekst som godt beskriver hva klubben deres er og hvordan den jobber.

TIPS

UNGDOM OG FRITIDS KURS OG FAGSTOFF Modul E: Prosjektledelse og planlegging

Denne delen omhandler prosjektledelse og planlegging og hensikten er å forstå hva som kjennetegner prosjektarbeid og hvordan god planlegging er nødvendig for gjennomføring av gode prosjekter. Kursdeltakerne får presentert en innføring i det å gjennomføre et godt prosjekt fra start til slutt og de blir kjent med en rekke ulike verktøy som kan tas med tilbake på arbeidsplassen.

Modul E kan bestilles som kurs for personalgruppa på klubben, eller du kan lese mer i vår publikasjon Kompendium til Ungdom og Fritids Opplæringsprogram. Du kan bestille kurs og lese kompendiet på våre nettsider, eller du kan laste ned Ungdom og Fritids app.

OVERSIKT OVER STØTTEORDNINGER

Ungdom og Fritids Frifond

Ungdom og Fritid deler hvert år ut over 9 millioner kroner til våre medlemmer. Pengene går til ungdommens lokale aktiviteter i våre medlemsklubber og ungdomshus.

Midlene skal bidra til å skape mer aktivitet på de åpne møteplassene for ungdom. Gjennom Ungdom og Fritids Frifond kan våre medlemmer søke om penger til prosjekter og ulike typer arrangementer i regi av klubben. Vi gir også støtte til utstyr til aktiviteter på klubben eller kompetansehevende tiltak for ungdom. Ungdommene på klubben skal være med å bestemme type prosjekt eller aktivitet og være delaktig i søknadsprosessen.

ungdomogfritid.no/frifond

TRAFO

Trafo.no er et nettsamfunn for unge mellom 16 og 22 år med en kunstnerisk eller kreativ interesse. Medlemmene på Trafo.no kan søke prosjektstipend, mentorhjelp, publisere egne verk i deres digitale utstillingsrom Arena, og delta på konkurranser og workshops. Trafo gir inntil 10 000,- i pengestøtte til kreative og kunstneriske prosjekter. Dette er et tilbud til deg som er i gang med en ide, et prosjekt eller workshop som du ønsker å utvikle og gjennomføre.

Hva kan dere få støtte til?

- Leie av lokale (utstillingslokale, en scene, prøvelokale, fotostudio, location osv.)
- Leie av utstyr (kamera, lydutstyr, lydstudio osv.)
- Innkjøp av tjenester (trykk, fotograf, lydtekniker, studiotid, en workshopholder osv.)
- Materialer (maling, lerret, rammer, scenografi osv.)
- Andre prosjektutgifter

trafo.no



Musikkutstysrordningen

Musikkutstysrordningen (MUO) er den nasjonale tilskuddsordningen for teknisk utstyr, akustikk og lokaler. Deres formål er å sikre tilgang til gode øvingslokaler over hele landet, og gode tekniske vilkår for fremføring av rytmisk musikk. Dette skal nås ved å administrere offentlige tilskudd til utstyr for spillesteder, klubber, arrangører, øvingsfelleskap, samt til utvikling, tilrettelegging og bygging av øvings- og fremføringslokaler innenfor det rytmiske musikkfeltet.

musikkutstysrordningen.no

Sparebankstiftelsen

Sparebankstiftelsen støtter tiltak som har verdi over tid, og primært fysiske investeringer og/eller kompetanseutvikling. Det kan gjerne være flere finansieringskilder. Støtter tiltak som treffer aldersgruppen 6 – 30 år. De har fire formål dere kan søke innenfor:

- Kunst og kultur
- Kulturminner og historie
- Friluftsliv og naturkunnskap
- Nærmiljø, idrett og lek

sparebankstiftelsen.no

Nasjonal tilskuddsordning mot barnefattigdom (Bufdir)

Formålet med tilskuddsordningen er å motvirke og/eller dempe konsekvensene av fattigdom blant barn og ungdom. Tilskuddsordningen skal være et virkemiddel for å bedre mulighetene

for at flere barn og ungdom skal få delta på viktige sosiale arenaer, som ferie- og fritidsaktiviteter, uavhengig av foreldrenes inntekt og sosiale situasjon.

Dere kan søke om tilskudd til tiltak som:

- bidrar til at barn og ungdom berørt av fattigdomsproblemer og deres familier kan delta i kultur- og fritidsaktiviteter
- bidrar til at barn og ungdom berørt av fattigdomsproblemer og deres familier kan delta i ferieaktiviteter
- bidrar til deltakelse for barn og ungdom berørt av fattigdomsproblemer på alternative mestringsarenaer

bufdir.no/Tilskudd/Soke_om_tilskudd/Barnefattigdom

Aktiv ungdom

Erasmus+: Aktiv Ungdom støtter prosjekter med ungdom (13-30) og de som jobber med ungdom. Erasmus+ er EUs program for utdanning, opplæring, ungdom og idrett. Du kan søke om støtte til frivillig arbeid, ungdomsutveksling, ungdomspolitiske møter, kurs og opplæring, strategiske partnerskap mellom organisasjoner og ungdomsinitiativ. Vi tilbyr også kurs for ungdomsarbeidere. Du kan i hovedsak samarbeide med organisasjoner fra Europa og naboregionene.

aktivungdom.eu

Landsrådet for Norges barne- og ungdomsorganisasjoner (LNU)

LNU forvalter rundt 150 millioner kroner

på vegne av Kulturdepartementet, Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet og Utenriksdepartementet. De har en rekke støtteordninger for barne- og ungdomsorganisasjoner. For dere på åpne møteplasser for ungdom vil disse tre først og fremst være aktuelle:

- Frifond organisasjon
- Frifond barn og unge
- Frifond teater

lnu.no

Frifond barn og unge (ikke Ungdom og Fritids Frifond)

Frifond er en støtteordning som skal gjøre det mulig å drive med det du har lyst til å drive med - der du bor. Frifond ble opprettet av Stortinget i 2000 for å bedre de økonomiske rammebetingelsene for demokratisk og frivillig aktivitet i lokalsamfunn.

frifond.no

Ansatte på klubbene kan veilede ungdom til å søke om støtte via www.frifond.no dersom de har egne prosjekter utenom klubben. De må være både administrativt og økonomisk selvstendige. Dette innebærer at søkere ikke kan nytte fritidsklubben sin konto, ungdommen må søke og rapportere på tiltaket selv og aktiviteten kan ikke inngå i klubben sin ordinære aktivitet.

Organisasjonsstøtte fra Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet

Fordelingsutvalget er et forvaltningsorgan underlagt Barne- og likestillingsdepartementet, og har som hovedoppgave å tildele tilskudd til Norges frivillige, landsomfattende barne- og ungdomsorganisasjoner. Ordningen består av nasjonal og internasjonal grunnstøtte.

fordelingsutvalget.no

Norsk kulturråd

Kulturrådet gir tilskudd til kunst og kultur over hele landet, er en pådriver for nye kunst- og kulturprosjekter, driver utviklingsarbeid og er rådgiver for staten i kulturspørsmål. Under deres kategori «Barn og unge» finner dere flere støtteordninger som kan være aktuelle for dere å søke på.

kulturradet.no

Fritt Ord

Stiftelsen Fritt Ord's fremste formål er å verne om og styrke yttringsfriheten og dens vilkår i Norge, særlig ved å stimulere den levende debatt og den uredde bruk av det frie ord. Fritt Ord kan også støtte andre sider ved norsk kultur, i første rekke den del av kulturen som gjør bruk av ordet.

frittord.no

LOKALE/REGIONALE STØTTEORDNINGER

De fleste kommuner og fylkeskommuner sitter på frivillighetsmidler som kan deles ut til lokale prosjekt. Ta kontakt med din kommune/fylkeskommune for å få vite mer om hvordan du kan søke. Sjekk også legathåndboken og søk på din hjemkommune. Her finner du en stor oversikt over stipender, legater og støtteordninger.

Legathåndboken

Legathåndboken gir en oppdatert oversikt over stipend og legater til utdanning, videreutvikling, kultur, idrett og forskning, samt til sosial hjelp.

legathandboken.no

TIPS

Se vedlegg: Her finner du et eksempel på en god Frifondsøknad, søknadsmal, samt oppsett på budsjett.

TIPS

Et arrangementsbudsjett viser oversikten over den økonomiske situasjonen ved et arrangement. Her setter man opp inntekter og utgifter for hvert arrangement, regner ut hvor mange billetter som må selges og til hvilken billettpris. Et slikt arrangementsbudsjett vil være en god hjelp når dere skal sette billettpris for konserten og estimere antall publikummere. Det er nemlig fort gjort å innbille seg at et arrangement har gått i overskudd, mens det faktisk viser seg at det har gått i minus når alle transaksjoner kommer på bordet. Les mer om budsjett i Arrangørwiki (konsertarrangor.no).

TIPS TIL SØKNADSKRIVNINGEN

- Les søknadsteksten – hva er det de spør etter? Hvem er det som lyser ut midlene – hvilke målsettinger har denne organisasjonen? Les om andre prosjekter som har fått støtte av organisasjonen tidligere – er det noen fellesnevner her?
- Tilpass deg den du søker penger hos – jmf. språk og riktig kompetanse inn i søknaden.
- Rigg prosjektet for rapport, at du har lagt inn de tingene som gjør at du klarer å svare fornuftig i rapport – lage et aktivitetsnummer i regnskapet.
- Man får ofte penger til aktivitet, ikke drift. Tenk smart og relevant for din klubb og søk penger til en aktivitet eller en prosjektstilling som styrker klubben din i forhold til hva dere egentlig ønsker å få til, men som dere ikke har mulighet til per i dag. En prosjektstilling holdes utenfor ordinær drift, men det går an å skape prosjekter som er en utvikling av allerede eksisterende tilbud.
- Let etter samarbeidspartnere å søke penger med (tips: Det er alltid en fordel å samarbeide med frivilligheten). Dette kan være frivillige lag og foreninger, frivilligsentralen eller egne frivillige ungdom. Det er nesten alltid et poeng at pengene du får skal komme flest mulig til gode).
- Hvis du får nei, kan prosjektet fremdeles være godt. Ta kontakt med dem du søkte hos og hør om hvorfor dere ikke fikk penger.
- Ring/kontakt de som har lyst ut penger og pitch i forkant det du har lyst til å søke om. Be om tips.
- Tenk stort – bli stor.
- Søk bredt og dra på litt i hvor mye du søker om. Forvent alltid en mindre sum å rutte med enn det du søkte om.
- Lag deg et årshjul for søknader og rapporteringsfrister. En del kommuner abonnerer på «Tilskuddsportalen» - sjekk om din kommune har denne abonnementsordningen.
- Sett av god tid til å søke penger – det tar lang tid å skrive en søknad.
- Holde søknadskurs for ungdom – dette genererer mer aktivitet på klubben din, selv om pengene går direkte til ungdommene.

Her kan dere lese litt mer om de ulike roller man kan ha under avvikling av et arrangement.

PRAKTISK AVVIKLING

ROLLER UNDER AVVIKLING

Arrangementsansvarlig

- Har ansvar for planlegging og avvikling av arrangementet.
- Har oversikt over kontrakt, rider og andre avtaler.
- Har i regelen all dialog med artistens turnéleder.
- Kjenner konsertlokalet godt, og vet hvor alt er.
- Har oversikt over alle som er på jobb, og leder arbeidet.
- Tar seg av all kontakt med brannvesen, politi osv.
- Har fullmakt til å ta beslutninger på vegne av arrangøren på arrangementsdagen.

Vaktansvarlig

- Kjenner konsertlokalet og brannvernrutiner godt.
- Har oversikt over vakter som er på jobb, gir nødvendig opplæring og leder arbeidet.
- Har fullmakt til å ta beslutninger forbundet med publikums sikkerhet.
- Kjenner alt relevant regelverk og ivaretar dette.
- Er arrangørens brannansvarlig under arrangementet.

Teknisk ansvarlig

- Har ansvar for planlegging og avvikling av den tekniske produksjonen.
- Er godt kjent med det tekniske utstyret, og kan rette opp feil som oppstår underveis.
- Kjenner det elektriske anlegget på huset, og har en elektriker i beredskap hvis noe går galt.
- Har i reglen all dialog med artistens lyd- og lysteknikere.

Artistansvarlig

- Er vertskap for artisten.
- Påser at garderobe er ryddig, og skaffer til veie det artisten skal ha i følge garderoberider.
- Henter artisten hvis de kommer med fly, båt, tog eller annen kollektivtransport.
- Sørger for at artistene får det de skal ha i henhold til avtalen som er inngått med booking.
- Følger artisten dit det er nødvendig og ønskelig fra artistens side.

TIPS

Tips fra Arrangørwiki

Under "Sikkerhet" finner du mer info om alt fra ansvar, aktuelt lovverk til prosedyrer og øvelser, risikovurdering og HMS.

TIPS

Tips fra Arrangørwiki

Les mer om dette under "produksjon". Her kan du lese mer om konsertproduksjon og produksjonsfasen, kjøreplaner, lokaler og teknisk utstyr.

Når du jobber med praktisk avvikling av arrangementer sammen med ungdom, bør målet være å plassere ungdommene så tett på de ansvarlige på jobb som overhodet mulig. Man lærer best gjennom å gjøre, sammen. Dette betyr at det må være én voksen på de fire ansvarspostene som sørger for at rutiner, sikkerhet og kvalitetssikring er ivaretatt, men utover dette kan du fint plassere ungdom i nøkkelroller og kalle de arrangementsansvarlig, teknisk ansvarlig osv. Det er uansett du som voksen som skal ha det endelige overblikket og ivareta kvaliteten. Det er viktig at du er bevisst at ungdom ikke skal havne i en ugrei situasjon når de har ansvar som gjør at faren for å feile og bli demotivert er tilstede. Medvirkningsarbeid handler om å myndiggjøre ungdom og tilpasse oppgavene der de er. Det er du som ungdomsarbeider som er ansvarlig for å vurdere hvilke ungdom som passer til hvilke oppgaver, sammen med ungdommene som setter ord på hva de ønsker og drømmer om å gjøre.

Bruk kartleggingsverktøyet fra kapittelet om ressurser i del 1 som veileder når du skal tilpasse oppgaver.

På ungdomsarrangementer ønsker vi allikevel å gi deg et godt råd: Ha så mange ungdom som mulig tilstede i lokalet som arrangører. Sørg for at de er synlige med crew t-shirts, nøkkelbånd, samband og hva som måtte være nødvendig, og gi ungdommene følelsen av å være vertskap. Din jobb er å arbeide med kvalitetssikring i kulissene.

TIPS

Bruk produksjonsplan og eventuelt en forenklet utgave av denne aktivt under avvikling. Se produksjonsplan i vedlegg.

SIKKERHET

På ungdomsarrangement er sikkerhet topp prioritet. Ta alle

forhåndsregler, sørg for å varsle aktuelle samarbeidspartnere som utekontakt, natteravner og forebyggende politi om arrangementet (i noen tilfeller kan det være nødvendig å søke politiet om lov til å avvikle arrangementet), og informer om arrangementet i god tid, slik at de har mulighet til å komme innom.

- Sett av godt med penger til sikkerhet. Legg en plan for når dere trenger vakthold, hvor man må ha vakthold og hvor det er mulig å ha ungdom som vakter. Ungdom i innslipp sammen med en voksen kan være en bra løsning.
- Ungdommenes sikkerhet kommer alltid først, og i tillegg ønsker ingen avisoverskrifter som skaper mistillit til klubben og de voksnes dømmekraft.
- Ved artistbooking, diskuter sikkerhet i forkant av arrangementet med artist eller bookingagent. Band som for eksempel Honningbarna ønsker at ungdommene skal få komme opp på scenen under konserten. Dette er fint mulig å gjennomføre dersom man planlegger godt og går i dialog tidlig med bookingagent. Det er også fornuftig å ta et kort møte mellom scenevakter og bandet før konsertstart slik at alle er enige om hvordan konserten skal foregå. The devil is in the details.
- Vær trygg på at leverandør av barrikader er profesjonell og sørg for å leie inn profesjonelle vakter til større utendørsarrangement med konserter. Synliggjør andre voksne og unge voksne vakter på arrangementet med egne vakt-t-skjorter.
- Planlegg sikkerheten og tiltak ved uønskede hendelser godt. Bruk et risikoanalyseeskjema. Dette kan du hente på arbeidstilsynet.no. Husk at trygge arrangementer er gode arrangementer. Lag risikoanalysen sammen med ungdom, sett av tid til en risikoworkshop sammen ungdom og voksne.
- Er du usikker på egen kunnskap? Finn en profesjonell arrangør i ditt nærmiljø og be om veiledning og hjelp.
- Gjennomgå plan for sikkerhet og brann med ungdomsarrangørene før arrangementsstart slik at de også vet hva som skjer i en krisesituasjon.
- Husk at du er pliktig å ha ørepropper gratis og tilgjengelig for publikum



AVSLUTNING DEL 2: UNGE ARRANGØRER

Det viktigste når du lager arrangementer sammen med ungdom er ikke størrelsen på arrangementet. Den viktigste jobben du gjør er:

- å ta deg tid til å involvere de i så mange deler av prosessen som mulig.
- å la de få ta stort eierskap i beslutningsprosessene.
- å ha ungdom ansvarlig i alle ledd av produksjonen – i døra, på teknikk, som artistansvarlig, som utøver, i kiosken.
- å alltid være der som voksen veileder, ansvarlig for sikkerhet og kvalitet.

TIPS

Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk jobber nå med en håndbok for unge arrangører, av unge arrangører. I denne arrangørhåndboken vil vi gi ungdom verktøy slik at de kan realisere deres drømmer og ideer. Vi vil gå gjennom det arrangørtekniske og gi konkrete tips og råd fra ungdom, til ungdom. Ta kontakt med Ungdom og Fritid for mer info om denne håndboken.

*Ta ungdommene på alvor og lær
de alt du kan!*

VEDLEGG

Søknadsmal

Eksempel på søknad til Ungdom og Fritids Frifond

Eksempel på Arrangementsbudsjett

Eksempel på produksjonsplan

Eksempel på konsertavtale

Eksempel på vedtekter - Radar event

Flere praktiske eksempler

SØKNADSMAL

NAVN PÅ PROSJEKTET/ARRANGEMENTET:

IDÉ OG INNHOLD: Hva skal dere gjøre? Hvor og når skal det skje?

MÅL: Hvorfor ønsker dere å gjennomføre prosjektet?
Hva vil dere oppnå?

PROSJEKT - / ARRANGØRGRUPPE: Navn, telefon, e-post til de som skal gjennomføre dette, har dere noen spesielle ansvarsområder? Prosjektleder, bookingansvarlig, økonomiansvarlig, etc.

SAMARBEIDSPARTNERE: Er det andre dere ønsker å involvere i prosjektet (fritidsklubber, ungdomshus, annet?)

TIDSPLAN: Beregn og avtal på forhånd når prosjektgruppa skal jobbe med planlegging, gjennomføring og evaluering.

MARKEDSFØRING: Hvordan skal dere markedsføre prosjektet?
(plakater, flyers, tv, radio, aviser, sosiale medier, infomøter?)

BUDSJETT INNTEKTER: Hvilke inntekter har dere?

BUDSJETT UTGIFTER: Hva kommer dette til å koste?

BESKRIVELSE

SUM

BESKRIVELSE

SUM

TOTALT

TOTALT

HANDLINGSPLAN: Lag en oversikt over hvem som skal gjøre hva og når det skal gjøres.

HVA: Hva skal gjøres?

HVEM: Hvem skal gjøre hva?

NÅR: Innen når skal det gjøres?

ETTERARBEID/EVALUERING: Etter at prosjektet er gjennomført er det viktig at dere setter en dato for å diskutere hva som var bra med prosjektet, hvilke utfordringer dere møtte og hvordan dere løste de. Slik får dere oversikt over hva dere kan gjøre enda bedre neste gang -Skrive evaluering -Rapporter hvordan midlene ble brukt -Vis fram det positive som kom ut av prosjektet(Eks. metode: Positiv Evaluering) Dato:

DATO

UNDERSKRIFT

**EKSEMPEL PÅ
SØKNAD TIL
FRIFOND**

SØKNAD TIL UNGDOM OG FRITIDS FRIFOND

TITTEL: HIPHOP101

KATEGORI: WORKSHOP FOR UNGDOM

ÅR: 2016

PRESENTASJON

Tiltaket er et samarbeidsprosjekt mellom Aktivitetshuset VOLT og HipHop101. Det er et prosjekt som søker å samle ulike miljøer i Akershus og Oslo i felles samspill. Dette gjør vi ved å tilby workshoper i regi av HipHop101 som en del av vårt musikkverksted, som skal resultere i en ungdomskonsert med musikere fra HipHop101 og musikkverkstedet på VOLT.

IDÉ OG INNHOLD:

Aktivitetshuset VOLT er et kulturhus for ungdom fra 13 år og oppover. VOLT skal være en møteplass for ungdom og kreativ utfoldelse; en arena hvor ungdom kan utveksle idéer og kreativitet. Det jobbes kontinuerlig for å kunne tilby ungdom dynamiske og fleksible kurs og aktiviteter. Volt rommer blant annet øvingslokaler for band, studio, kurslokaler og scene. Vi har også en egen kafé. Volt scene har faste arrangement hver måned.

Volt tilbyr en rekke kurs innen musikk- og produksjon, teater og nysirkus, samt en helt egen festivalskole. Det er også mulig å jobbe frivillig på Volt som teknisk crew (Tech crew) under konserter/arrangement eller på Volt kafé (Food crew). Aktivitetshuset Volt har over tid blitt til et sted der unge musikere kan møte andre unge musikere, forme vennskap på tvers av band, et sted der ungdom kan prøve å feile seg fram på søken etter en sound og sin egen stemme. Et sted der voksne utøvende musikere og utdannede kulturarbeidere står parate til å hjelpe med alt fra det musikalske til de mer administrative oppgavene en musiker vil møte på, som søknadsskriving, innmelding i TONO etc. VOLT har en overordnet målsetning om å etablere seg som et ressursenter innenfor rytmisk musikk og tilbyr øvingslokaler, studio, preproduksjon/konserttrening, instrumentopplæring, bandveiledning og studioproduksjonskurs. Vi ser likevel at vi mangler kompetanse og kredibilitet på for eksempel hiphop og rap. Skal Volt være et kompetansesentrum for rytmisk musikk blant unge må vi

oppfattes som relevante og sterke faglige på alle områder, men da er vi avhengige av å hente inn kompetanse utenfra. HipHop101 er et etter skoletilbud som ble startet av Groruddalens storebror; Jonathan «Boss» Castro i 2011. Tilbudet hadde sin oppstart på Rommen Scene og har siden den tid blitt et ukentlig tilbud i flere bydeler. Per i dag er Stovner, Grorud, Alna, Sagene og Grünerløkka de bydelene som har faste avtaler med HipHop101. Tilbudet er i stadig utvikling til flere bydeler.

HipHop101 sitt formål er å gi all ungdom som er musikkinteressert veiledning i alle de tekniske aspektene rundt det å være artist. Dette inkluderer låtskriving, innspilling, for- og etterarbeid samt produksjon og promotering. For at ungdommene skal få god veiledning er det en forutsetning at instruktørene er anerkjente musikere i lokalmiljøet, med høy faglig kompetanse.

Flere av ungdommene som har deltatt på HipHop101 har gjennom tilbudet kommet seg til toppen av UKM, vunnet talentkonkurranser, utgitt musikk, videoer, samleskiver, og enkelte har fått muligheten til å opptre på større musikkarrangementer, og i februar 2016 lanserer TVNorge en ny serie som heter «Koht og kidsa», hvor man blant annet får møte Nalband Nalband fra HipHop101.

HipHop101 har også sitt eget ungdomsråd som ble etablert i 2012. Ungdomsrådet bistår i planleggingen av HipHop101s konserter og arrangementer, samt at de er ansvarlige for markedsføring via Sosiale Meider (Facebook, Instagram, Soundcloud og Youtube).

HipHop101 er i stadig utvikling. Ungdomsteamet i samarbeid med Castro jobber konsekvent for at tilbudet skal bli værende der de er, samtidig som de ekspanderer seg ut til flere bydeler i Oslo, og kommuner/fylker utenfor Oslo.

Både Aktivitetshuset VOLT og HipHop101 er aktører som skaper møteplasser for ungdom der de kan møtes på felles grunnlag, uavhengig av bakgrunn. Gjennom kulturelle aktiviteter tilbyr man ungdom en uformell opplæring som gir de glede, mestingsfølelse og erfaringer som igjen gir trygghet

og økt selvtilit. Dette er igjen med på å gi kompetanseheving som virker positivt inn på ungdommens sosiale mobilitet, uavhengig av bakgrunn.

PROSJEKTBESKRIVELSE:

Aktivitetshuset VOLT ønsker å tilby Hiphop 101 en dag i uken (4-6 timer pr. gang) fra Januar - Mars 2017. Jonathan Castro med Hiphop 101 ungdomsråd skal veilede ungdom i tekst-skriving, innspilling og etterarbeid innenfor den avtalte prosjektperioden. Målet er å skape et hiphopmiljø for ungdom i Lørenskog/Akershus, og bringe all sin erfaring og nettverk til #hiphop101lørenskog på Aktivitetshuset VOLT. Tilbudet skal være gratis, for å senke terskelen for deltakelse uavhengig av sosioøkonomisk bakgrunn blant deltakerne.

Hiphop 101 skal i tillegg, sammen med ansatte på VOLT arrangere et Hiphop101 arrangement i lørenskog, hvor målet er å avslutte prosjektet med en stor avslutningskonsert i Storstua på Lørenskog. Her er målet å sette sammen deltakere fra samtlige Hiphop101 miljøer (både Oslo og Akershus) med medlemmer fra VOLTs musikkverksted. Hos Hiphop101 står urbane uttrykk som hiphop og rap sentralt, mens på VOLT står rock/metall og bandmusikk sentralt. Dette bidrar til at de ulike arenaene tiltrekker seg ulike typer ungdommer. Vi ønsker å smelte sammen disse uttrykkene, og la ungdommene utvikle seg innenfor sine vante domener, samt å måtte gå litt utenfor komfortsonen i møte med andre uttrykk. Vi regner med at denne samhandlingen vil ta det beste fra flere verdener, og knytte ungdommer sterkere sammen på tvers av ulike skillelinjer. Dette vil ha en direkte effekt på de som er involverte, samt at det vil ha en sterk positiv signaleffekt for andre ungdommer.

Lørenskog har en relativt høy befolkningsandel med innvandrerbakgrunn, hvor VOLT har et stort rekrutteringspotensiale. Vi registrerer at vi på VOLT per dags dato ikke har gode nok tilbud for ungdom som er interessert i hiphop, og de søker seg derfor til miljøer i Oslo i stedet. Vi synes det er synd at ungdom i Lørenskog (og Akershus) opplever at det ikke finnes tilbud for dem i deres egen kommune, og VOLT vil gjøre noe med det. Et av hovedmålene for prosjektet er derfor å øke rekrutteringen til de eksisterende tilbudene.

Vi vet at det kan være en tendens til segregering blant ungdommer basert på kulturell bakgrunn og tilhørende identitetsmarkører. Vi

mener at et slikt prosjekt vil bidra til å knytte ungdommer sammen med et felles mål og oppfordre til dialog og samhandling gjennom kulturelt og kreativt arbeid.

MÅL

Volt har en overordnet målsetning om å etablere seg som et ressursenter innenfor rytmisk musikk. Volt skal tilby et godt, profesjonelt og relevant tilbud innenfor sjangeren og musikkformen hiphop og rap. Lørenskog har en relativt høy befolkningsandel med innvandrerbakgrunn, hvor VOLT har et stort rekrutteringspotensiale.

Vi registrerer at vi på VOLT per dags dato ikke har gode nok tilbud for ungdom som er interessert i hiphop, og de søker seg derfor til miljøer i Oslo i stedet. Vi synes det er synd at ungdom i Lørenskog (og Akershus) opplever at det ikke finnes tilbud for dem i deres egen kommune, og VOLT vil gjøre noe med det. Et av hovedmålene for prosjektet er derfor å øke rekrutteringen til de eksisterende tilbudene.

Hiphop 101 skal sammen med ansatte på VOLT arrangere et Hiphop101 arrangement i lørenskog, hvor målet er å avslutte prosjektet med en stor avslutningskonsert i Storstua på Lørenskog.

Målet er også å fremme integrering og tilhørighet til lokalsamfunnet ved å skape en møteplass og et fellesprosjekt for ungdom fra ulike bakgrunner og miljøer i Akershus og Oslo. Disse ungdommene har ikke bare ulik kulturell og etnisk bakgrunn, men har også ulik tilhørighet både musikalsk og gjennom sosial identitet. Musikksmak, identitet og klesstil er tilsynelatende overfladiske markører, men betyr mye for ungdom, og hvor man plasserer seg sosialt.

Vi vet at det kan være en tendens til segregering blant ungdommer basert på kulturell bakgrunn og tilhørende identitetsmarkører. Vi mener at et slikt prosjekt vil bidra til å knytte ungdommer sammen med et felles mål og oppfordre til dialog og samhandling gjennom kulturelt og kreativt arbeid.

MÅLGRUPPE

Målgruppen for tiltaket er ungdom og unge voksne fra 13 - 20 år med og uten innvandrerbakgrunn i Lørenskog, resten av Akershus og Oslo. Det vil være en hovedvekt av ungdommer fra Akershus, men aktive ungdommer fra Oslo vil være spesielt involvert i gjennomføringen av tiltaket.

HANDLINGSPLAN

Det er allerede kjøpt inn det aller mest nødvendige utstyret for å kunne gjennomføre prosjektet. Det er likevel ønskelig å kjøpe inn noe mer utstyr, for å kunne stille med det best mulige utstyret for deltakerne, og gi de best mulig utgangspunkt på workshopene.

Dato for gjennomføring av konsert er ikke satt ennå, men vil gjennomføres våren 2017.

REKRUTTERING/PROMOTERING/MARKEDSFØRING

Prosjektet vil promottes både i Oslo og Akershus via VOLT og HipHop101 sine sosiale plattformer (Nettsider, Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube og Soundcloud) samt gjennom lokal presse; Romeriket Blad og nettverk. Vi kommer til å gå bredt ut i vår promotering av prosjektet, for å sikre deltakelse fra hele Akershus. Både VOLT og HipHop101 vil benytte ungdom aktivt i promoteringen. Ved å involvere ungdommene (HipHop 101 Ungdomsråd) i promoteringen og rekrutteringen vil dette styrke troverdigheten til tilbudet ovenfor andre ungdommer. Prosjektet vil promottes høsten 2016.

BUDSJETT

UTGIFTER

HONORAR	28800.- KR
RØR MIC	6004.- KR
SUM	34804.- KR

INNTEKTER

FRIFOND	20000.- KR
AKTIVITETSHUSET.VOLT	14804.- KR
SUM	34804.- KR

KOMMENTARER

Utgifter - honorar workshopholder - (600,- pr. time x 48 timer)
Rør Mic - for optimal vokaloptak i studio Det er kun tatt med utgifter for workshopene. Budsjett for gjennomføringen av konserten, og administrasjonskostnader og honorarutgifter knyttet til det prosjektet holdes utenfor denne søknaden.

**EKSEMPEL PÅ
ARRANGEMENTS-
BUDSJETT**

EKSEMPEL PÅ BUDSJETTAL FOR KONSERT/ ARRANGEMENT

INNTEKTER	BILL. PRIS:	ANT. SOLGTE:
BILLETTER DØR		0
BILLETTER DØR STUDENT/ MEDL		0
BILLETTER POSTEN		0
SPONS. MERCH EL		0
SUM INNTEKTER		0
UTGIFTER		
ARTIST: HONORAR		0
REISE		0
TRANSPORT		0
FLYGELSTEMMING		0
ADMIN		0
HOTELL		0
BACKSTAGE CATERING		0
BUY OUT / MIDDAG		0
TEKNIKK: INNLEIE		
LYDTEKNIKER		0
LYSTEKNIKER		0
ARTISTANSVARLIG		0
BILLETØR		0
VAKTER		0
PR:		
FLYERDESIGN		0
PLAKATER/FLYERE		0
DISTRIBUSJON		0
ANNONSERING		0
ANNET:		
HUSLEIE / VENUE FEE		0
TONO-AVGIFT, 5 % *		0
UTENLANDSSKATT		0
DEKO, HÅNDKLÆR EL		0
SUM UTGIFTER		
		0
RESULTAT / BREAK EVEN		
		0
% ETTER BREAK EVEN:	ARRANGØR 30%	0
	ARTIST 70%	0

* husk å trekke fra billettavgift

* tono-avgiften varierer, sjekk tariff på ww.tono.no

* plott inn deres spesifikke utgifter

EKSEMPEL PÅ PRODUKSJONSMAL

*Utdrag fra produksjonsplan UKM festival Lørenskog 10.-11. februar 2017
arrangement i regi av Volt Aktivitetshus.*

KL. SLETT	HVA	HVOR	ANSVAR	INNLEID RESSURS	UTSTYR / TEKNISK	KOMMENTAR
10.00-15.00	Klargjøre, sette fram stæsj til registrering	Volt Veviseren	Marie			Deltakerutsyr fra UKM.
15.00-18.00	Intro-jingle konferansier, nødutganger, slå av tlf etc.		Håvard			3 stk. En til hver fores-tilling.
15.00-18.00	Laste ned / Samle lydfiler		Håvard			
16.00	Registrering åpner	Veviseren	Marie		Armbånd Nøkkelbånd m/timeplan. Goodiebag?	Deltakerutsyr fra UKM. Marie lager miniatyrtimeplan i Indesign.
16.30-18.30	1. Workshop: Sing along: We are the World	Volt studio	Stian	Adrian Pilot		
17.00-18.00	Middag	Volt kafé	Dima Linda		Tallerkener – Plast? Kopper - Plast? Bestikk – kafeens eget?	Gryte bestilt fra La Oss Jobbe
18.00-19.30	2. Workshop: Dans: Floorwork/ moderne	Volt scene	Gøril	Mikael Rønne		Holder to ulike workshops.

EKSEMPEL PÅ KONSERTAVTALE

Hentet fra Norske konsertarrangører

ARRANGØR

Selskapsnavn: Foretaksnr./Fødselsnr:
Adresse:
Kontaktperson: Mobiltelefon kontaktperson:
Teknisk ansvarlig: Mobiltelefon teknisk ansvarlig:
E-post Arrangør:

ARTIST

Artistens navn/Selskap: Foretaksnr./Fødselsnr:
Adresse:
Kontaktperson: Mobiltelefon kontaktperson:
Artistnavn: E-post Artist:
Artisten er skattepliktig til land/kommune:

Hver for seg omtalt som "Part" og i fellesskap benevnt som "Partene",
har i dag inngått følgende Konsertavtale:

1 ARRANGEMENT OG DATO

Arrangementet er av typen:
Arrangementet skal avholdes følgende dato(er):

2 SPILLESTED

Navn på spillested:
Adresse spillested:
Kontaktperson spillested:
Mobiltlf. Kontaktperson: Webside spillested:

3 SENTRALE TIDSPUNKTER

Ankomst/get in Artist og utstyr (dato og tidspunkt):
Lydeprøve (dato og tidspunkt): Fra kl. til kl.
Dørene åpnes: Konsertstart:
Varighet konsert: minutter. Antall pauser og varighet: Antall sett:
Support: JA/NEI. Konsertstart support: Varighet support:

4 BAND/CREW

Følgende personer inngår i band/crew:

NAVN: FUNKSJON: TELEFON LOSJI J/N ENKL/DBL
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

5 OVERNATTING, KOST, BÆREHJELP OG PARKERING

5.1 Overnatting

Arrangøren skal besørgje overnatting for personer som angitt i punkt 4.

Overnattingsstedet skal være av god standard og bestilles og betales av arrangør dersom angitt i punkt 4. Arrangør dekker ikke minibarutgifter/alkohol og annen roomservice uten skriftlig avtale med Arrangør.

Navn på overnattingssted

Adresse overnattingssted

.....
.....

Telefon overnattingssted:

Nettside:

Tidligste sjekk inn (dato og tid):

Seneste sjekk ut (dato og tid)

Artisten er selv ansvarlig for eventuell transport mellom overnattingssted og spillested dersom ikke annet avtales skriftlig med Arrangøren.

5.2 Kost

Arrangøren skal sørge for et måltid inkludert ikke-alkoholdig drikke per antall bandmedlem/crew som angitt i punkt 4 hver konsertdag. All øvrig bevertning fremkommer av punkt 8.

5.3 Bærehjelp – ansvar for utstyr

Arrangør er ansvarlig for at.....stk bærehjelp stiller ved get-in og etter endt opptreden. Tilstede ved get-in skal det være en representant fra arrangøren med beslutningsmyndighet og god kjenneskap til spillestedet, inkluder til strøm, PA, garderobe, overnatting, tider etc.

Artist skal forsikre eget utstyr. Arrangør er ansvarlig for utstyret fra load-in til load-out. Begge Parter er ansvarlig for skade som oppstår ved uaktsom bruk av den andre Parts utstyr.

5.4 Parkering

Dersom ikke annet avtales, skal Arrangøren stille til disposisjon to parkeringsplasser til vanlig bil ved get-in samt fra to timer før til to timer etter opptreden. Dersom turnébuss skal parkeres nær spillestedet og dersom det kreves for eksempel strøm, må dette avtalen særskilt.

6 HONORAR

6.1 Type honorar

Honorar skal beregnes etter alternativ nr.....

Alternativ 1: Fast honorar

Honorar i NOK:

Oppgjørsmåte: Faktura Kontant Oppgjør på stedet:

Alternativ 2: Prosentavtale med garantert minstebeløp

Minstebeløp:

Billettpris (eks.eksp.gebyr/billettgebyr etc.): Antall billetter lagt ut:

Prosent for Artist:

Oppgjørsmåte: Faktura Kontant Oppgjør på stedet:

Alternativ 3: Prosentavtale etter break even

Billettpris (eks.eksp.gebyr/billettgebyr etc.):

Antall billetter lagt ut:

Prosent for Artist:

Oppgjørsmåte: Faktura Kontant Oppgjør på stedet:

Alternativ 4: Brutto billettinntekter (for døra) Billettpris (eks.eksp.gebyr/billettgebyr etc.):

Antall billetter lagt ut:

Prosent for Artist:

Oppgjørsmåte: Faktura Kontant Oppgjør på stedet:

Honoraret inkluderer alle utgifter Artisten måtte ha i forbindelse med oppdraget, herunder reisekostnader dersom ikke annet er skriftlig avtalt, og Artisten har ikke krav på ytterligere godtgjørelse.

Break even (jf. alternativ 3) defineres som netto billettinntekt (brutto billettinntekt minus ekspedisjonsgebyr og tilsvarende) fratrukket arrangementskostnader som for eksempel sikkerhet, billettører, personellkostnader, driftskostnader, etc.). Utgifter knyttet utelukkende til servering skal ikke medregnes.

Der alternativ 1 eller 2 er valgt og faktura er valgt som oppgjørsmåte skal Artisten sende faktura til Arrangør (på minstebeløpet ved alternativ 2) slik at denne er mottatt før opptreden(e). Faktura kan sendes på email på adresse som angitt i Konsertavtalen. Arrangøren skal betale faktura første virkedag etter opptreden.

Der alternativ 2 (for det variable beløpet), 3 eller 4 er valgt skal Arrangøren første virkedag opplyse Artisten om resultatet og på forespørsel fremlegge dokumentasjon på dette. Artisten skal deretter sende faktura på det opplyste beløpet og Arrangøren skal betale denne innen 2 virkedager fra faktura er mottatt.

Kontantoppgjør til Artist som til sammen overstiger NOK 10 000 per år kan ikke avtales.

6.2 Fakturering/Lønnsutbetaling

Dersom Artisten er næringsdrivende (for eksempel har enkeltmannsforetak) må Artisten benytte faktura av godkjent regnskapsmessig standard. Artistens organisasjonssummer må påføres fakturaen.

Dersom Artisten ikke driver næringsvirksomhet (for eksempel ikke har enkeltmannsforetak) er Arrangør forpliktet til å innberette honoraret som lønnsinntekt. Dersom Artist ikke leverer skattekort skal Arrangør trekke 50 % forskuddsskatt. Dersom Artist er lønsmottaker skal honorar betales til bankkonto:.....

6.3 Forskuddsskatt for utenlandske artister

Dersom Artisten eller dens selskap skatter til annet land enn Norge, er arrangøren pliktig å trekke forskuddsskatt på honoraret i henhold til lov om skatt på honorar til utenlandske artister m.v. Per dags dato er skatteprosenten 15 %. Skjema RT-1091 skal benyttes. Skjemaet finnes på www.skatteetaten.no eller på Norsk Rockforbund nettsider/verktøykasse.

7 PRODUKSJON - TEKNISK RIDER

Teknisk Rider er inntatt som Vedlegg 1 til Konsertavtalen. Arrangør skal sørge for produksjon i henhold til teknisk rider, inputliste og stageplot som beskrevet i Vedlegg 1. Artist skal bringe egen backline og alt øvrig dersom ikke annet fremkommer av Vedlegg 1.

8 HOSPITALITY RIDER

Arrangør stiller ved behov til rådighet et privat område i umiddelbar tilknytning til spillestedet for skifting, oppvarming etc. i minst to timer før opptreden og i inntil to timer etter endt opptreden. Størrelsen og fasilitetene knyttet til dette området er tilpasset arrangementets størrelse. Artist må spesifisere i Hospitality Rider om man ønsker slikt privat område og om dette området skal være låsbart, for eksempel for å låse inne verdisaker. Dersom området ikke er låst er Arrangør ikke ansvarlig for eventuelle tyverier. Hospitality Rider er inntatt som Vedlegg 2 til Konsertavtalen.

9 TONO

Artisten er ansvarlig for å sende inn TONO-rapport. Arrangøren skal betale TONO-avgift.

10 PROMOTERING/MARKEDSFØRING

Markedsføring av arrangementet skal gjøres i felleskap mellom Artist og Arrangør. Artist skal sende nødvendig og vanlig type promomateriell til Arrangør minimum uker før første konsertdato med mindre annet er avtalt. Materiell skal sendes til Arrangørens adresse slik angitt i Konsertavtalen. Dersom Artist ikke sender promomateriell som avtalt og dette får vesentlig innvirkning på antall solgte billetter har Arrangøren rett til å kreve erstattet det tap Arrangøren er påført som følge av forsinkelsen.

11 ENDRINGER I BESETNING

Ikke uvesentlige medlemmer av besetningen kan ikke endres uten Arrangørens samtykke. Dersom det er påkrevet å gjøre endringer i besetningen, for eksempel på grunn av sykdom eller andre tilsvarende forhold, skal Arrangøren kompenseres økonomisk dersom besetningen for opptredenen endres så mye at dette får betydning for kvaliteten på konserten, eller at publikum oppfatter endringen som et endring av tilbudet og dette har negative økonomiske innvirkninger på Arrangøren.

12 AVKORTET OPPTREDEN

Artisten er forpliktet til å spille den lengde som er angitt i punkt 3. Dersom Artisten avkorter spilletiden med mer enn 10 % uten at avkortingen er nødvendig på grunn av forhold på Arrangørens side, skal honoraret avkortes tilsvarende. Arrangøren skal kompenseres for eventuelle tap forbundet med avkortingen.

13 SYKDOM

Dersom Artisten blir syk av en uforutsett sykdom og må avlyse oppdraget, skal Artisten umiddelbart fremlegge sykemelding hvor det fremgår at Artistens tilstand medfører at oppdraget ikke kan gjennomføres. Artisten har ikke krav på honorar for slike tilfeller, og eventuelt forhåndsbetalt honorar skal tilbakebetales til Arrangøren. Artisten plikter ved slike tilfeller å prioritere Arrangøren for ett nytt arrangement så fort Artisten er i stand til å avholde opptredenen.

14 UTEBLIVELSE OG FORSINKELSE FRA ARTISTENS SIDE

Dersom Artisten uteblir fra opptreden eller opptreden blir forsinket på grunn av forhold på Artistens side har Arrangøren rett til å kreve erstattet sitt tap denne påføres som følge av uteblivelsen eller forsinkelsen, herunder, men ikke begrenset til tapte billettinntekter, utgifter til ansatte, tapt fortjeneste, innleid hjelp, ikke-refunderbare utgifter etc. Arrangørens tapsbegrensningsplikt medfører at Arrangøren umiddelbart skal redusere alle kostnader knyttet til oppdraget, for eksempel ved avbestilling av transport, teknisk utstyr og personell, og skal søke å booke andre oppdrag for å erstatte denne opptredenen.

15 KONTRAKTSBRUDD FRA ARRANGØREN

Dersom Arrangøren avlyser opptredene uten at det foreligger rettmessige årsaker til det, skal

Artisten erstattes sitt netto tap ved opptredenen. Artistens tapsbegrensningsplikt medfører at Artisten umiddelbart skal redusere alle kostnader knyttet til oppdraget, for eksempel ved avbestilling av transport, teknisk utstyr, personell og promomateriell, og skal søke å booke andre oppdrag for å erstatte denne opptredenen.

Dersom lokale katastrofer inntreffer Arrangøren finner det upassende at arrangementet avholdes har Arrangøren rett til å avlyse arrangementet mot å betale Artistens direkte kostnader.

16 FORCE MAJEURE

Skulle det inntreffe en ekstraordinær situasjon som ligger utenfor Partenes kontroll som gjør det umulig å oppfylle plikter etter Konsertavtalen og som etter norsk rett må regnes som force majeure, for eksempel generalstreik, jordskjelv, krig, tsunami eller, landesorg, skal den annen Part varsles om dette så raskt som mulig. Den Part som rammes av force majeure har ikke plikt til å gjennomføre oppdraget, men har heller ikke krav på honorar/erstatning. Eventuelt utbetalt honorar skal tilbakebetales til Arrangøren.

I forbindelse med force majeure-situasjoner har Partene gjensidig informasjonsplikt overfor hverandre om alle forhold som må antas å være av betydning for den annen Part. Slik informasjon skal gis så raskt som mulig til Partenes offisielle representanter.

17 SIKKERHET

Arrangøren er ansvarlig for publikums og Artists sikkerhet forbundet med opptreden. Dersom Artisten skal utføre handlinger som innvirker på publikums sikkerhet, for eksempel stage dive, kasting av gjenstander fra scenen etc., skal dette godkjennes av Arrangøren på forhånd. Hver av Partene kan kreve at det gjennomføres en risikoanalyse forut for arrangementet.

18 LYDOPPTAK OG FOTOGRAFERING

Arrangøren er ikke ansvarlig for eventuelle rettstridige lydopptak/bildetaking som skjer av publikum. Dersom Artisten ønsker at det skal kommuniseres til publikum gjennom oppslag på spillestedet og dette kommuniseres i rimelig tid før kosertdagen, skal Arrangøren i rimelig omfang besørge dette.

Arrangøren har rett til å ta bilder av Artisten under opptredenen og bruke dette i markedsføring av spillestedet og Arrangøren i den grad Artisten samtykker til dette.

19 ENDRINGER

Alle tillegg og endringer til Konsertavtalen, herunder endringer i kapasitet skal gjøres skriftlig og skal være undertegnet av begge Parter.

20 ØVRIGE FORHOLD

Artisten er selvstendig næringsdrivende, med mindre annet er angitt i Konsertavtalen, og svarer selv for skatter, avgifter, forsikringer, trygdeordninger og andre sosiale goder av enhver art, med mindre annet er særskilt avtalt mellom Partene. Artisten plikter å ha forsikringer som er tilstrekkelige til å dekke ethvert krav fra Arrangøren som følger av Artistens risiko eller ansvar etter Konsertavtalen innenfor rammen av alminnelige forsikringsvilkår. Denne forpliktelsen anses oppfylt dersom Artisten tegner ansvars- og risikoforsikring på vilkår som anses som ordinære innenfor bransjen.

Arrangøren har tilbakeholdsrett i honoraret for alle krav Arrangøren måtte ha mot Artisten i forbindelse med opptreden.

21 LOVVALG OG TVISTELØSNING

Konsertavtalen skal tolkes og reguleres i henhold til norsk lov. Dersom det oppstår motstrid mellom Konsertavtalen og dens vedlegg har Konsertavtalen forrang. Partene skal søke å løse enhver tvist forbundet med Konsertavtalen i minnelighet. Dersom det ikke lykkes å komme frem til en minnelig løsning er avtalt verneting Arrangørens verneting.

* * *

Avtalen er utferdiget i to likelydende eksemplarer, ett til hver av Partene.

FOR ARRANGØREN

SIGNATUR:

NAVN MED BLOKKBOKSTAVER:

FOR ARTISTEN

SIGNATUR:

NAVN MED BLOKKBOKSTAVER:

VEDTEKTER

RADAR EVENT - VEDTEKTER

§ 1 Navn

Foreningen navn: Radar Event.
Foreningen ble stiftet: 28.10.2008.
Foreningens hjemsted: Asker kommune

§ 2 Form, tilslutning

Radar Event er en selvstendig, ideell medlemsforening. Radar Event er medlem i Norske konsertarrangører (NKA).

§ 3 Formål

Radar Event har som formål å skape kulturelt relatert aktivitet for ungdom i Asker, først og fremst på Radar café og scene. Det er ungdom selv om skal starte og drive aktiviteten og all aktivitet skal være rusfri. Foreningen ønsker igjennom dette og gi ungdom gode kulturopplevelser og mulighet for deltakelse i ulike kulturaktiviteter.

§ 4 Medlemskap

- a) Alle som tilslutter seg foreningens formål og vedtekter kan være medlem i Radar Event. Alle medlemmer har rett til å påvirke foreningens drift og virksomhet gjennom deltagelse på årsmøte eller andre demokratiske fora.
- b) Kontingent og kontingentperiode fastsettes til enhver tid av årsmøtet. Alle som har betalt medlemskontingent er å regne som medlemmer av Radar Event.
- c) Medlemskapet medfører bl.a.
- billigere adgang til Radar Event sine arrangementer
- medlemspris hos andre klubber som er medlem i NRF
- d) Dersom et medlem ikke betaler kontingenten, opphører medlemskapet. Et medlem som motarbeider Radar Event formål og virksomhet kan, etter å ha forklart seg for styret, ekskluderes for en bestemt periode.

§ 5 Styret

Radar Event ledes av et styre på 5-11 personer avhengig av hva årsmøtet bestemmer. Minst halve styre må være under 21 år. Styrets hovedoppgave er å ivareta foreningens formålsparagraf. Styret forplikter seg til å følge vedtekter og retningslinjer vedtatt av årsmøtet.

Styret er beslutningsdyktig når minst halvparten av medlemmene er til stede og vedtak gjøres med alminnelig flertall. Enstemmighet skal tilstrebes i alle saker. Ved stemmelikhet gjelder den mening som bifalles av leder.

Styret forbereder og sørger for at neste årsmøte finner sted.

Styret forplikter seg til å inneha sine verv i perioden mellom to årsmøter. Ved evt. frafall i denne perioden, supplerer styret seg selv ved at en av vararepresentantene trer inn i styret som ordinært medlem.

Styret forplikter seg til å avholde styremøte minst fire ganger i året. Det skal føres protokoll fra alle styremøter.

§ 6 Årsmøtet

Årsmøtet er Radar Events øverste myndighet, og avholdes hvert år innen 1. mars.

Årsmøtet skal

- a) Velge møteleder og referent
- b) Behandle styrets årsmelding
- c) Behandle styrets regnskap
- d) Behandle innkomne forslag. Disse må være styret i hende senest uker før årsmøtet
- e) Velge nytt styre

Årsmøtet er beslutningsdyktig når det er lovlig innkalt, dvs. ved kunngjøring senest 4 uker før det skal avholdes.

Saksdokumentene skal være disponible for medlemmene seinest en uke før årsmøtet.

Stemmeberettigede er alle som har gyldig medlemskap når årsmøtet avholdes. Avstemninger skal foregå skriftlig dersom en person forlanger dette.

Vedtak på årsmøtet fattes med alminnelig flertall, dersom intet annet er nevnt i vedtektene. Ved behandling av årsrapport og regnskap har styret ikke stemmerett.

§ 7 Økonomi

Regnskapsåret er 1.januar til 31.desember og Radar Event sitt regnskap føres av kasserer eller den styret bemyndiger.

Regnskapet skal være tilgjengelig for alle medlemmer med 4 ukers varsel.

Regnskapet skal til enhver tid kunne framlegges for styret, som videre kan godkjenne at andre enkeltpersoner eller instanser får regnskapet til gjennomsyn.

Årsmøtet velger revisor som har til oppgave å gå gjennom Radar Event sine regnskaper og forestå eventuelle andre kontrollfunksjoner som årsmøtet pålegger dem.

Eventuelle erstatningskrav mot medlemmer av styret, reist av styret eller årsmøtet, skal vurderes av offentlig godkjent revisor.

§ 8 Oppløsning

Foreningen kan kun oppløses etter vedtak årsmøte. Det forutsetter at forslag om oppløsning ligger under Årsmøtets dagsorden. Oppløsning krever 2/3 flertall. Ved oppløsning skal Årsmøtet disponere foreningens midler etter vedtekter og formålsparagraf.

§ 9 Vedtektsendring

Vedtektsendringer kan kun foretas på årsmøte og krever 2/3 flertall blant de fremmøtte stemmeberettigede.

Vedtekter vedtatt: 18.12.2012

PRAKTISKE EKSEMPLER

1. INFECTED LAN –RADAR KULTURHUS I ASKER

I 2006 ble Radar kjent med et data-interessert ungdomsmiljø. Heldigvis hadde man en ungdomsarbeider som var åpen og nerdete nok til å engasjere seg, bygge relasjoner, og følge opp dette miljøet. På den tiden vokste data- og dataspill interessen veldig, ganske snart ville gjengen arrangere LAN. I 2007 ble første LAN på Radar arrangert med cirka 30 deltakere og overnatting fra fredag til lørdag. Siden den gang har Radar arrangert «Infected LAN» hver første helg i vinterferien og i høstferien.

I år har Infected LAN blitt gjennomført for 21.gang og over 30 ulike crew med ungdom, hele IKT avdelingen fra Bleiker VGS, fem ungdomsarbeidere og flere teknikere er med på rigg. Radar åpnet dørene for nok et LAN og 420 ungdommer strømmet inn for 48-timers datafest med compo'er, døgnåpen kafedrift og en opplevelse helt utenom det vanlige. Interessen har tatt fullstendig av!

Arrangementet har vokst seg ut av ungdomsavdelingen for lenge siden. Under arrangementet er absolutt hele Asker kulturhus i bruk. På kvelden var det lagbygging, leker og videre rigg for hele frivilligcrewet på cirka 110 ungdommer. LAN-kulturen er ikke udiskutert verken blant voksne eller ungdom. For ikke lenge siden mottok lederen på Radar en epost fra en 17 år gammel jente som var svært kritisk til at Radar og kommunen støtte oppom dette «usunne miljøet». Det er ikke nødvendigvis lett å svare fullgodt på en sånn henvendelse, fordi kulturen preges av skyte/krigsspill, storkonsum av energidrikk (her forsøker vi å regulere etter beste evne), det spises store mengder søplemat og det soves minimalt. Det er store aldersforskjeller blant deltakerne, gutter og jenter overnatter sammen og ungdom i alderen 15-20 år gis delvis ansvar for brann og sikkerhet.

Som med annen ungdomskultur som preges av risikoadferd (parkour er ikke direkte ufarlig det heller), har også LAN sitt. Ungdomsarbeiderne på Radar sin jobb er å gi denne kulturen så gode rammer som mulig, slik at man klarer å beholde egenarten samtidig som det er trygt å delta for ungdommene. Og det er her det ofte vektes opp – det er

utrolig mye fint som skjer på LANet. Det er over 100 frivillige ungdommer som jobber som helter. De bemanner kaféen og serverer god mat, de er vakter, de rydder, ordner alt det tekniske, har billettsystemer, nettside og spillkonkurranser. De har et styre som holder jevnlige møter året gjennom, de har datateknisk spisskompetanse og et omfattende samarbeid med IKT linja. Det er utsolgt år etter år og det er ungdom selv som skaper alt innholdet. Og dette skapes av ungdom som tilhører en ungdomskultur som preges spesielt av at de ofte mangler sosial kontakt AFK (away from keyboard). Det avgjørende for Radar, er nettopp at dette er den viktigste sosiale arenaen for veldig mange deltakere og crew. De er stolte av det de får til sammen, det er et inkluderende og fantastisk fellesskap og gir en sterk sosial tilhørighet. Det er ungdomskultur.

Som ungdomsarbeider kan man ikke bestemme hva som trigger ungdom, men man kan kanskje påvirke litt, gi det trygge rammer og dyrke det positive. Man kan melde seg på, og melde seg inn, og holde seg for god til å være enda en fordomsfull voksen.

I denne 10 års perioden har LANet flere ganger ønsket å gå egne veier og flytte til en stor hall i Asker. Gjerne etter at ledelsen på Radar har vært litt strenge, eller satt opp husleien. De har også vært svært nære å avvikle hele arrangementet i perioder Radar har følt at miljøet ikke har vært særlig godt, eller ting har blitt holdt skjult for de voksne.

Men de er fremdeles på Radar, og det er fordi alle involverte parter vet at samarbeidet gjør LANet bedre, tryggere, mindre kommersielt og mer sosialt. Og LAN er en sterk ungdomskultur som fortjener å bli tatt på alvor med balansert føring og restriksjon fra voksne. Og nå har LANet blitt en hit i hele kommuneledelsen. Slik var det ikke i starten.

ANALYSE AV PRAKTISK EKSEMPEL

Hva skjer i dette eksemplet?

En sosialt og faglig kompetent ungdomsarbeider kommer i kontakt med et ungdomsmiljø som vokser raskt. Fordi Radar har riktig ansatt til riktig tid, bidrar vedkommende til å bygge opp et miljø sammen med ungdommene. Det arrangeres LAN kort tid etterpå, og miljøet fortsetter å vokse i tråd med at kommunen blir mer involvert, flere ungdom involveres, myndiggjøres og settes faglig i stand til å gjøre LANet til et stort nettverk for datainteressert ungdom og ungdom som liker å arrangere eventer.

Hvordan skjer det?

- Ungdomsarbeideren fanger opp et miljø med datainteresse gjennom miljøarbeid og bevisst relasjonsbygging.
- Personalet bestemmer seg for å bidra til at dette miljøet får drive med det de elsker.
- Personalet finner ungdommer på nivå 2 og 3 (jmf. kapittelet om ressurs) og utfordrer disse til å skape sin egen fritid.
- Arrangementet «Infected LAN» vokser i takt med ungdomskulturen.

I perioder hvor miljøet ikke oppleves pålitelig, setter personalet grenser og utfordrer ungdommene. De appellerer til tilliten mellom de voksne og ungdommene, for å sørge for at arrangementet foregår innenfor lovlige og trygge rammer. Radar lar ungdomskulturen få relativt fritt spillerom, men forsøker å utøve grensesetting der det er mulig. De støtter seg på eksisterende lovverk om aldersgrense for kjøp av energidrikk, skytespill og gjennom å sørge for at det er et trygt arrangement selv om 15-20 åringer også får jobbe som brannvakter.

Hva er effekten?

- Ungdomskulturen vokser.
- LANet blir værende i Asker kulturhus selv om

arrangørene blir utfordret av personalet på Radar i perioder.

- Det rekrutteres nye ungdom til LANet gjennom crew på Radar.
- Mindre kommersialisme i ungdomskulturen.
- Trygge sosiale rammer å utøve ungdomskulturen i.

2. MEDVIRKNING -CARBON FRITIDSKLUBB

Stjørdal kommune har i flere tiår hatt en fritidsklubbarena for ungdommer. Det startet med et sted å være på slutten av 70-tallet, Tuften fritidsklubb, Gråtta fritidsklubb, og tilslutt Ungdommens Hus som etter hvert ble en gammel nedslitt litt «bortgjemt» fritidsklubb med store utfordringer i ungdomsgruppen og lite besøk.

I en årrekke ble det diskutert nytenking for sentrum i kommunen og i 1994 ble det politisk vilje for utredning av kulturhus i sentrum. I denne utredningen ble det også gitt rom for en ny fritidsklubb.

Stjørdal kommune har hatt et velfungerende ungdomsråd i mange år, og i september 2005 deltok Stjørdal ungdomsråd som arrangører i konferansen «Fremtiden, hva vil du med Stjørdal?» Dette ble starten for et aktivt arbeid mot politikere, og fritidsklubbarbeidere inkluderte flere generasjoner ungdom i prosessen.

Hva ble gjort?

- Gjennom å bruke Yo-pro metodikken (ideutvikling) gjennomførte Ungdomsrådet konferansen «Framtia- Hva vil du med Stjørdal» der flere hundre ungdommer og lokale politikere deltok. Det ble gjennomført flere små oppfølgingskonferanser med mer konkrete temaer etter hvert i prosessen.
- Fritidsrelaterte tema var case for kommunens ungdomskoler gjennom flere års arbeid sammen med Ungt Entreprenørskap.
- Det ble etter hvert satt ned flere arbeidsgrupper der ungdom arbeidet med innhold, romløsning, farger, logo,

stil, navn mm. Ulike metoder har blitt benyttet, som for eksempel bruk av dataspillet «The Sims», Lego og tegneprogrammer.

- Denne prosessen tok over et tiår og flere generasjoner ungdom var med på utformingen av fritidsklubben og Kimen kulturhus.

Hva var suksesskriteriene?

- Fritidsklubben og klubbarbeideren stod sentralt i hele dette prosjektet i tett samarbeid med ungdomsgruppen.
- Deltakelse og brukermedvirkning tidlig i prosjektet.
- Befaringer på andre relevant arenaer i Norge (både ungdom, ansatte og politikere)
- Det var politisk vilje og åpnet for tett samarbeid mellom ulike instanser i kommunen, som for eksempel kultur, forebyggende instanser og skoler.
- Etablerte organer ble benyttet (ungdomsråd, skoler, ansatte/brukere på ungdomsklubben)
- Ungdommene fikk jobbe tett sammen med arkitekter og prosjektledelse under utviklingen av fritidsklubben i Kimen Kulturhus- reell påvirkning og medvirkning!

Hva ble resultatet?

- Høsten 2015 åpnet Carbon fritidsklubb og Kimen kulturhus
- Carbon fritidsklubb satser på et ungdomsstyre med reell påvirkning på innholdet i klubbens aktiviteter.
- Ungdommene fikk et eierskap til fritidsklubben og kulturhuset i god tid før det åpnet.
- Fritidsklubbarbeideren har en viktig rolle gjennom ulike arbeidsroller på tvers av fag. Dette blir ivaretatt gjennom større stillinger. Stillinger kombineres med andre roller i kulturhuset, Eks tekniker/klubbarbeider. Dette ivaretar den viktige kontinuiteten som trenges fritidsklubb arbeidet.
- Sentralt med et nedslagsfelt på hele sentrumsområdet,

sentrumsskolene og videregående.

- Fritidsklubben fikk en økning på over 400% i gjennomsnittbesøk.
- Fritidsklubben har en vesentlig plass i kulturhuset og viktig har en viktig rolle i kulturhusets aktiviteter og arrangement.
- Ungdommer fra klubben blir ofte delaktig i praktiske ting som rigging, vertskap, renhold, servering og andre praktiske gjøremål (små og store gjøremål)
- Ungdommer og ansatte blir inkludert i både daglig drift og spesielle arrangement. Dette skaper samhold og et eierskap til HELE huset, både for ungdom og ansatte i fritidsklubben.
- Det skapes et godt tverrfaglig samarbeid mellom fritidsklubb, bibliotek, kulturproduksjon, skoler samt forebygging på flere nivå innad i kommunens arbeid. Og etter flere tiårs arbeid har lokalsamfunnet fått en bedre forståelse av fritidsklubbens viktige rolle i lokalsamfunnet.

LITTERATURLISTE

Aagre, W. (2014) Ungdomskunnskap – hverdagslivets kulturelle former. 2.utgave. Oslo: Fagbokforlaget

Bakken, A. (2016) Ungdata - Nasjonale resultater 2016. (NOVA Rapport 8/16) Hentet 09.08.2015 fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2016/Ungdata-2016.-Nasjonale-resultater>

Barnekonvensjonen. (2003) FNs konvensjon om barnets rettigheter: Vedtatt av De Forente Nasjoner den 20. november 1989, ratifisert av Norge den 8. januar 1991: Revidert oversettelse mars 2003 med tilleggsprotokoller. Oslo: Barne- og familiedepartementet.

Barnevernloven, Lov av 17.juli 1992 nr.100 om barneverntjenester

Buskerud fylkeskommune (2013) Om AI-metoden. Hentet 09.08.2017 fra www.aib.bfk.no/informasjon/AI-metoden

Frønes, I. (2011) Moderne barndom. Oslo: Cappelen Damm Akademisk

Gjerdrum kommune (2015) UKM Gjerdrum – Unge arrangører – lokalarrangørhåndbok. Gjerdrum Kommune

Hart, R. (1992) Children`s participation from tokenism to citizenship. USA, UNICEF

Hylland, O.M. og Haugsevje, Å.D. (2014) Kultur for å delta. Kultur og kulturarbeid blant barn og unge i Drammen. TF-rapport nr. 383. Telemarkforskning

Krabseth, G., Domås, J.K., Beitland, H., Overvik, S.U., Nordkvelle, L.M., Kleven, K.Å. (2010) Rondellhåndboka – håndbok for ungdomsarbeidere. Nord-Trøndelag fylkeskommune og Jämtlands län. Upublisert manuskript.

Kroger, J. (2004) Identity in Adolescence. London and New York, Routledge Taylor & Francis Group

Müller, L. (2017) Kurs for ungdomsarbeidere i regi av Ungdom og Fritid [Powerpoint-presentasjon]. Upublisert manuskript

Norske Konsertarrangører (2010) Feite forestillinger – lærebok for konsertarrangører. 7.utgave. Norske konsertarrangører

Professional Open Youth Work in Europe (2016) Professional Open Youth Work Declaration of principles. Hentet 12.10.2017 fra http://poywe.org/site/wp-content/uploads/2016/09/Declaration-of-Principles_Professional-Open-Youth-Work.pdf

Seal, M. og Andersson, Å. (2017) Managing Hybrid Agendas for youth work, P. Grace og H. Anderssen-Dukes (red) International Journal of Open Youth Work

Stafseng, O. (2003) Fritidsklubben mellom fortid og framtid – som alltid. Festtidsskrift, Landsforeningen Ungdom og Fritid

Säfvenbom, R. (2012) La de unge lede oss ut i fristelse. Om fritid, positiv ungdomsutvikling og det gode liv. Landskonferanse for ungdomsarbeidere; 2012-11-05 - 2012-11-06, NIH

Ungdom og Fritid (2002) Kommunal veileder i arbeidet med fritidsklubber og ungdomshus. Revidert utgave. Hentet 09.08.2017 fra <https://www.ungdomogfritid.no/kurs-og-resurser/publikasjoner/>

Ungdom og Fritid (2017) Andre støtteordninger. Hentet 09.08.2017 fra <https://www.ungdomogfritid.no/frifond/andre-stotteordninger/>

NOTAT

A series of 20 horizontal dashed lines, evenly spaced, extending across the width of the page. These lines are intended for writing notes or a report.



MED UNGDOM SOM RESSURS



Fritidsklubbene har siden 1950-tallet vært arenaer hvor ungdom har fått rom til å teste ut egenskaper, ferdigheter og talent på et sted drevet etter deres egne premisser, men med en trygg voksenperson som man alltid kan spørre om råd. Med over 60 års fartstid på ungdomsfeltet har klubbene utviklet seg i alle mulige retninger. Det finnes ikke lenger én oppskrift for hvordan klubbene er. De er alt fra store kulturhus, til loft og kjeller, bomberom og skatehaller. Men det de har til felles er at de er tuftet på prinsipper for medvirkning og demokrati.

Denne håndboken handler om ungdomsarbeideren og deres måte å jobbe med ungdomsmedvirkning. Bakgrunnen for innholdet i håndboken er erfaringsbasert kunnskap som er samlet inn fra et utvalg klubber og ungdomshus i Norge. Boken består av to deler, en metodisk del om ungdomsmedvirkning og en praktisk del om arbeid med unge arrangører. Boken skal fungere som et verktøy for alle som jobber med ungdom. Her vil dere finne en rekke tips og råd dere kan ta med dere inn i deres daglige arbeid med ungdomsmedvirkning.

«De som jobber på Samsen har vært med å forme meg til den personen jeg er i dag. Uten disse folkene hadde jeg aldri tatt alle de riskene som jeg gjør nå, og da hadde heller ingen av de fantastiske tingene som er i livet mitt vært der nå! Jeg er evig takknemlig. Om du nå sitter igjen med en tanke om at du også vil være med å forme ungdoms liv på denne måten, så gjør det! Ta initiativ! Bare det å invitere til et åpent møte med pizza er med å endre noen sitt liv til noe positivt! Det skal ikke mer til.»

Caroline (18 år), Samsen kulturhus

