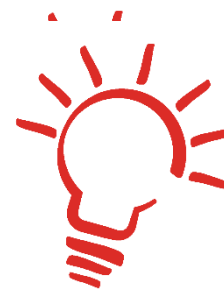


Stunt/aksjon

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

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



Rett til lek og fritid, og familiefattigdom – eksempel:

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

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

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

Hvordan du kan gå fram:

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

STUNT/AKSJON

Vanskelighetsgrad: medium

Anbefalt tidsperiode til planlegging: 2-3 uker

Minimum antall personer:

- Husk alltid å gi informasjon om hvor og hvordan man kan engasjere seg videre, som for eksempel medlem eller frivillig.

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



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



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

