JHL

Handbok för att arrangera manifestationer

2017

INNEHÅL

Till läsaren 4

Allmänt om manifestationer och demonstrationer 5
- Föreningens beredskap 5

Mål 6

Demonstrationsanmälan och kontaktpersoner 7

Vilken slags manifestation eller demonstration? 8
- Gruppdemonstration 10
- Mindre manifestation eller demonstration 10
- Tyst eller ljudlig 11
- Marsch eller stillastående? 12

Kommunikation 12
- Kommunikationsplan 12
- Tillgängliga kommunikationskanaler 13
- Medieinformation 14
- Trycksaker 15
- Nå den stora allmänheten 16
- Så här skriver du ett meddelande 17
- Plakat och banderoller 17
- Anvisningar för deltagare 17
- Kommunikation efter evenemanget 18

Aktörer som behövs 19
- Ordningsvakter och polisens kontaktpersoner 19
- Startarrangörer och megafoner 20
- Marscherare i spetsen 20
- Förropare 20
- "Talande huvuden" 20
- Trafikövervakning 20
- Utdelare och bärare av banderoller och plakat 21
- Första hjälpen 22
- Räknare 22
- Informationsansvariga 22
- Scenbyggare och förstärkarskötare 22
- Speaker på sammankomst(er) 22
- Städansvariga 23
- Ersättare 23

Efterhandsbedömning 23

Mer information 23
- Anmälningar och tillstånd 23
- Lagen om sammankomster 23

Minneslista 24

Kontaktuppgifter 30

TILL LÄSAREN

Den här handboken behandlar hur en *manifestation/demonstration* arrangeras. Det är verksamhet som sker utanför arbetstid och som inte riktar sig mot utförandet av arbete.

JHL:s styrelse har godkänt ett strejkdirektiv som gäller stridsåtgärder (strejker) som förbundets styrelse och representantskap har utlyst.

Föreningarna ska alltid ha tillräcklig beredskap för olika slags handlingsformer. Målet med materialet är att hjälpa föreningar och samorganisationer upprätthålla sin handlingsberedskap. Det viktigaste är att fundera över de eventuella handlingarnas mål, uppgifter, ansvarsområden och skyldigheter så att de är så tydliga som möjligt samt att bedöma vilken påverkansform som är lämpligast i olika situationer.

Alla handlingar som utförs i JHL:s namn styrs av lagar, avtal, regler och andra anvisningar som ges av förbundet.

Förbundet för den offentliga sektorn och välfärdsområdena JHL:s
Handbok för att arrangera manifestationer 10/2017
Organisations- och medlemsservicelinjens publikation
Bilder: Anita Härkönen, Jarkko Räsänen, Suvi Sillanpää

ALLMÄNT OM MANIFESTATIONER OCH DEMONSTRATIONER

I Finland är demonstration en rättighet som baserar sig på grundlagen (13 §). Försök att begränsa demonstrationsfriheten baserat på författningar av lägre rang är alltid juridiskt tvivelaktiga.

Målet med demonstrationer är att påverka politiker, andra inflytelserika aktörer och/eller den allmänna opinionen. Eventuell inverkan grundar sig på antingen kvantitet eller kvalitet. När ett stort antal människor samlas eller börjar marschera, är det ett uttryck för understödet för saken de driver. Å andra sidan kan det en liten grupp människor snabbt uppenbarar sig eller vistas länge på en central plats också samla sympatier.

En demonstration kan även ha andra målsättningar. Den kan lyfta fram en fråga som bara få skulle veta om annars. Med hjälp av demonstrationer vill man ibland även fördjupa deltagarnas kunskaper om frågan. En lyckad manifestation eller demonstration aktiverar människor.

Det väsentliga är att hitta eller grunda en **handlingskraftig liten grupp** att bära ansvaret för arrangemanget. Den lilla gruppen ska vara beredd att handla även under demonstrationen, om det uppkommer ett överraskande behov av ett samordningsmöte.

Att arrangera en stor demonstration kräver utöver denna **samordnande** grupp även flera enskilda människors och andra gruppers insatser. När arrangörerna har nått samförstånd om sina **mål**, gäller det att besluta om demonstrationens storlek.

Föreningens beredskap

Föreningen ska ha beredskap att arrangera en demonstration, manifestation eller en annan effektfull aktion även på kort varsel. Ibland kan incitamentet och instruktionerna för handlingen även komma utanför föreningen, till exempel förbundet eller löntagarcentralorganisationen.

Vid den årliga beredningen av verksamhetsplanen ska föreningen försöka förutse vilka faktorer i föreningens verksamhetsmiljö eller allmänt i samhället

som har en inverkan på att demonstrationer eventuellt ska arrangeras. Det gäller också att förbereda sig på hur man ska handla i en situation, där man ska delta i till exempel en stor, riksomfattande demonstration eller i dess arrangemang.

Medlemmarnas kontaktuppgifter ska vara uppdaterade i föreningen och föreningen ska planera informationskedjan på förhand. Därutöver är det bra att föra bok om vilka av föreningsmedlemmarna har till exempel ett ordningsvaktkort eller hygienpass.

MÅL

Det lönar sig att definiera demonstrationens budskap och mål noggrant. Det gäller att tydligt kunna berätta och motivera varför manifestationen eller demonstrationen arrangeras, vad man motsätter sig, understöder eller vill att ska ändras.

Det är också klokt att funder över vilka budskapet är avsett för och vilka som man vill att ska delta i demonstrationen. Detta påverkar de metoder som kan användas och informationssättet.

Kom ihåg att ange följande!

- **Vem gör?**
- **Vad?**
- **Varför?**
- **Var?**
- **När?**
- **Ytterligare information**

- **Exempel: xxx arrangerar en manifestation för offentliga tjänster i centrum måndag 5.2 kl. 13–14. Vi motsätter oss bolagiseringen av tjänster.**
- **Ytterligare information ges av förtroendeman Kajsa Kvalitet, telefon xxxxx eller e-post xxxx@xxxx.**

DEMONSTRATIONSANMÄLAN OCH KONTAKTPERSONER

Demonstrationsrätten regleras i Finland av lagen om sammankomster (23.12.1999/1257). Var och en har rätt att delta i allmänna sammankomster. Även om inget tillstånd behövs, ska demonstrationer anmälas till polisen muntligen eller skriftligen senast sex timmar innan de börjar. Även en kortare varseltid räcker, om polisen godkänner det.

Anmälan om en allmän sammankomst ska innehålla följande uppgifter (lagen om sammankomster 1.8 §)

1) sammankomstens arrangör,
2) sammankomstens syfte,
3) platsen för sammankomsten eller rutten för processionen,
4) när sammankomsten ska inledas och en uppskattning av när den kommer att avslutas,
5) ordningsvakter som arrangören har utsett, samt
6) konstruktioner och annan specialutrustning som skall användas under sammankomsten.

Sammankomstens arrangör ska dessutom i anmälan namnge en person som ska vara anträffbar för polisen i frågor som gäller ordnandet av sammankomsten *(kontaktperson).*

Markägaren/fastighetsägaren ska alltid underrättas om en demonstration.

Om anmälan lämnas om flera allmänna sammankomster som kommer att ordnas samtidigt på samma plats och det inte är möjligt att ordna dem samtidigt, ska företräde ges den arrangör som först lämnat anmälan om en sammankomst, om inte något annat följer av hur platsen traditionellt har använts eller av avtal. Polisen kan i sådana fall efter överläggning med kontaktpersonerna anvisa en annan tidpunkt för de övriga sammankomsterna eller en annan plats som är lämplig med hänsyn till syftet med sammankomsten (lag om sammankomster 1.10 §).

Utgångspunkten är att det allmänna ska främja mötesfriheten genom att trygga rätten att sammankomma utan yttre störning och genom att skapa förutsättningar för att ordna allmänna sammankomster (lag om sammankomster 1.4 §).

Det är klokt att välja personer som är kontaktpersoner gentemot polisen och förhandlar bland annat om demonstrationens rutt. I praktiken är det förnuftigast att utse dem som är ordningsvakter på demonstrationen som kontaktpersoner till polisen. Det lönar sig att börja förhandla med myndigheterna redan innan information om demonstrationen ges ut eller senast ett par veckor före evenemanget.

Om polisen eller platsinnehavarna kräver ändringar i planerna – till exempel platsen – är det bäst att förhandla om det. Förändringar kan innebära sämre genomslagskraft för demonstrationen. En bra lösning kan nås genom att förhandla med myndigheterna, eftersom det inte är särdeles enkelt att begränsa utövandet av en rätt som grundlagen garanterar.

Det lönar sig att alltid anmäla en manifestation eller demonstration på förhand, även om man får demonstrera även utan en förhandsanmälan. Påföljden kan vara böter för arrangören.

Det är också bra att ha en eller flera kontaktpersoner som demonstranterna kan kontakta under demonstrationen. Dessutom ska åtminstone en kontaktperson ha en lista i pappersformat över arrangörernas telefonnummer och/eller e-postadresser. Om man till exempel vill skicka SMS till dem som deltar i demonstrationen, ska man känna till deltagarnas telefonnummer. De ska alltså samlas in på förhand.

VILKEN SLAGS MANIFESTATION ELLER DEMONSTRATION?

I allmänhet lönar det sig att försöka påverka saker medan de förbereds och inte efter att besluten har fattats. Ofta förändras den politiska situationen snabbt. Om man vill påverka händelseförloppet med hjälp av en demonstration, ska man försöka förutse den bästa tidpunkten för genomslaget. Det är klokt att försöka uppskatta en lämplig tidpunkt i god tid på förhand, om viktiga datum relaterade till ämnet är kända (till exempel ett datum då kommunfullmäktige godkänner en budget som innebär nedläggning av en skola).

Gäller saken endast en liten minoritet eller en stor grupp? När manifestationens storlek diskuteras ska man bedöma om det över huvud taget är möjligt att mobilisera ett stort antal människor med tidskrävande förberedelser. Ortens sociala tradition påverkar i hög grad gruppdemonstrationens framgång: i många små städer anser man att demonstrationer vara opassande, även om de arrangeras för en bra sak.

Det är i stor utsträckning fråga om **verksamhetskulturens trender**. När det till exempel är fråga om flera på varandra följande stora demonstrationer, är det sannolikt lättare att få människor intresserade av mindre verksamhet. Å andra sidan ger erfarenheter av stora demonstrationer styrka och kan skapa tilltro till den egna massrörelsens möjligheter.

En demonstration omfattar förutom en procession och/eller en sammankomst även mycket annan verksamhet som ska planeras. Man ska åtminstone komma överens om *talarna*. Alltför långa tal är ett vanligt fel, och i allmänhet räcker det med några tal på cirka fem minuter. Programmet på ett massmöte kan inkludera musik, dikter, gatuteater, dans osv.

Demonstrationens form påverkas i hög grad av vilken storlek och anda som eftersträvas för evenemanget. En liten manifestation eller demonstration kan med hjälp av god informationsverksamhet få utmärkt synlighet, eftersom deltagarna i små demonstrationer ofta är kända på förhand. Till exempel dräkter eller symboler relaterade till saken kan användas för att effektivisera budskapet. Att klä sig i västar/kläder med JHL:s emblem ger ett effektivt budskap om vilka som deltar i demonstrationen.

Gruppdemonstration

När målet är uttryckligen att påverka med hjälp av ett stort antal deltagare, är noggranna förberedelser av största vikt. Det är klokt att påbörja förberedelserna flera månader i förväg. Tidpunkten väljs lämpligast så att den inte sammanfaller med något annat stort evenemang som samlar folk och så att även människor som kommer från andra orter ska hinna delta.

Om man önskar att demonstrationen ska vara rikstäckande, ska kontaktpersoner från olika orter involveras för att ordna busstransporter. För att hitta kontaktpersoner utnyttjas samarbete med andra föreningar. Det finns skäl att planera rutterna för gemensamma transporter med föreningarna på olika orter och även informera regionkontoren om förberedelserna, så att alla aktörer har uppdaterad och riktig information.

En gruppdemonstration behöver inte alltid vara en sedvanlig marsch med slutsammankomst. Det kan också vara bara ett massmöte, en stjärnmarsch där processioner som börjar på olika platser slutar på samma punkt, en cykelmarsch, en tyst procession, ett fackeltåg, kvinno- eller barndemonstration osv. Ljud och effekt kan nås till exempel från ett lastbilsflak eller en ljudbil.

Som startpunkt för processionen är det bäst att välja en plats som är lätt att hitta och där det finns utrymme att samlas. Som slutpunkt är det bra att ha en central plats på orten, där människor rör sig under den aktuella tiden. Vid ruttplaneringen ska bl.a. antalet åskådare, byggnader gällande demonstrationens tema och enkelriktade gator beaktas.

En stor demonstration kan vara dyr, och därför lönar det sig att göra upp en noggrann budget.

Mindre manifestation eller demonstration

En mindre manifestation eller demonstration kan med hjälp av god informationsverksamhet få utmärkt synlighet, eftersom deltagarna ofta är kända på förhand. Till exempel dräkter eller symboler relaterade till saken kan användas för att effektivisera budskapet.

År 2015 arrangerade JHL-medlemmar i Esbo flera demonstrationer med 50–150 deltagare mot stadens planer för bolagisering och utläggning på entreprenad. Evenemangen arrangerades utanför Esbo stadshus före stadsfullmäktiges och stadsstyrelsens sammanträden, budskapet kryddades med att slå på pannor och kastruller (ett symboliskt budskap mot bolagiseringen av måltidstjänster). Medieuppmärksamheten var positiv och omfattande, även om demonstrationerna inte var massaevenemang. Budskapet underströks även med en kommunikationskampanj (utomhusreklam, webbplats, videor, radioreklam osv.).

Tyst eller högljudd

Det är symboliskt viktigt hur ljud används vid en demonstration. I både större och mindre demonstrationer är det möjligt att skapa olika stämningar genom att välja vilka ljudeffekter som ska användas eller genom att vara tyst.

Tysta demonstrationer kan återspegla sorg – till exempel efter mordet på den ryska journalisten Anna Politkovskaja arrangerades en tyst ljusdemonstration utanför ryska ambassaden år 2006.

Med hjälp av ljudliga rop, sång, trumslagning, ljudbil osv. kan man skapa protestanda och karnevalsstämning. Till exempel i Pridetågen försöker man nå mer av en karnevalsstämning med hjälp av dansmusik och man ropar mindre egentliga slagord.

Med manifestationen för att blåsa av det rasistiska spelet 24.9.2016 ville man bryta tystnaden och visa att det inte finns utrymme för fascism och rasism i samhället. JHL deltog i manifestationen och delade ut visselpipor på Medborgartorget i Helsingfors, varifrån deltagarna gick till Senatstorget.

Marsch eller stillastående?

För olika demonstrationer lämpar sig marscher eller att stå stilla på en bestämd plats. Det lönar sig att bedöma vilket mervärde (synlighet, genomslag) som det valda tillvägagångssättet medför för demonstrationen. Vid förberedelsen ska det beaktas hur realistiskt antalet deltagare kan förutses och den lämpligaste och synligaste handlingsformen för demonstrationen.

När en marsch arrangeras är det bra att se till att marschhastigheten är jämn, inte för snabb eller för långsam. Marschhastigheten varierar efter antalet demonstranter, vädret och andra omständigheter.

KOMMUNIKATION

När manifestationens kommunikation planeras ska flera olika målgrupper och kommunikationsmål beaktas:

1) **Aktiva, medlemmar** och eventuella deltagare i manifestationen: målet är att involvera så många människor som möjligt i manifestationen.
2) **Mediekommunikation:** målet är att väcka intresse, locka reportrar och uppnå en så omfattande synlighet i medier som möjligt.
3) **Beslutsfattare** (eller en annan instans som påverkansarbetet gäller): målet är att ge information om manifestationen, som också påverkar beslutsprocessen och främjar JHL-medlemmarnas mål.

Kommunikationsplan

Det gäller att börja förbereda material för manifestationen i tid. Rätt slags material stödjer förmedlingen av manifestationens budskap. Det är bra att genast i början kontakta JHL:s centralkontor. Då kan man i god tid börja göra upp planen och arbetsfördelningen gällande kommunikationsåtgärder mellan föreningen, regionkontoret och centralkontoret.

När man kommer överens om informationskedjan och kommunikationsåtgärderna på förhand och antecknar dem i kommunikationsplanen blir kommunikationen effektivare och den får större genomslag.

Tillgängliga kommunikationskanaler

Centralkontorets kommunikationskanaler och -metoder är till exempel pressmeddelanden, nyhetsbrev, förbundets webbplats www.jhl.fi, Motiivi-tidningen, JHL-bloggen och sociala medier (till exempel Facebook och Twitter). Kontrollera utgivningsplanen för Motiivi-tidningen och fråga därefter redaktionen om det är möjligt att göra en förhandsartikel om orsakerna till demonstrationen.

Typiska kommunikationskanaler för föreningarna är bl.a. pressmeddelanden, webbplatser och Facebook-sidor. Utöver att använda föreningens egna kommunikationskanaler, lönar det sig att förmedla information till andra JHL-föreningar inom området och be dem sprida informationen.

Aktiva och medlemmar kan kontaktas via flera olika kanaler efter situationen. Längre meddelanden och bakgrunder skickas behändigast per e-post.

För att kommunikationen ska fungera är det viktigt att medlemmarnas uppgifter är uppdaterade i medlemsregistret. SMS är ett snabbt sätt att nå medlemmar när man vill nå många människor snabbt. Det är lätt att använda SMS i situationer där man vill påminna om något aktuellt, till exempel informera om samlingsplatsen dagen före manifestationen.

Medieinformation

Massmedia (tidningar, radio, television) behöver information om manifestationen i god tid, i praktiken cirka två veckor före evenemanget. Det lönar sig att skriva kallelsen till demonstration och förhandsmeddelandet om demonstrationen avsedd för evenemangskalendrar i olika meddelanden, eftersom det är sannolikt att olika journalister behandlar dem.

Nedan finns en anvisning för hur det är bäst att bygga upp ett pressmeddelande. Sändningen av meddelande sköts efter situationen av antingen centralkontoret, regionkontoret eller föreningen.

Lägg märke till att redaktionerna inte alltid har resurser att sända ut en egen journalist och fotograf, och då skrivs artikeln ofta som en telefonintervju eller utifrån ett meddelande. Det gäller att ta reda på om det bland de aktiva finns en person som kan ta publiceringsdugliga foton för journalister.

Även om centralkontoret skulle sköta distributionen av meddelandet, ska föreningarna kontakta viktiga lokala massmedier, till exempel landskaps- och lokaltidningar, lokalradio osv. Man kan också ringa upp redaktionerna till exempel 1–2 dagar på förhand och kontrollera om de tänker skriva en artikel och om de behöver mer information eller foton.

Temat för manifestationens tema kan även belysas med hjälp av insändare till tidningar. I meddelandena är det klokast att fatta sig kort och endast ta upp de viktigaste frågorna, eftersom redaktionerna gör alltför långa texter kortare så att de passar spaltutrymmet.

Trycksaker

Beslutsfattare, till exempel ledamöter i kommunfullmäktige, kan sändas information om manifestationen och man kan be dem ta kontakt om de vill ha mer information eller till exempel vill säga något på manifestationen. Beslutsfattare kan kontaktas per e-post eller brev.

Flygblad och tidningar som delas ut direkt till människor är ett effektivt sätt att puffa evenemanget till dem som annars inte skulle nås. De är viktiga för att manifestationer eller demonstrationer ska lyckas. En bra broschyr är tydlig och träffande, och innehåller lämpliga, motiverade fakta om manifestationens tema.

Särskilt under de två veckor som föregår evenemanget lönar det sig att dela ut så mycket material som möjligt på arbetsplatser och förbipasserande på gatan. Det är också att rekommendera att dela ut flygblad och broschyrer även till pressen och beslutsfattare i samband med övrig kommunikation.

Det lönar sig att göra en affisch om evenemanget och sätta upp dem till exempel på arbetsplatsernas anslagstavlor. Det är också bra att börja sprida affischen i så god tid som möjligt, helst senast ett par veckor före evenemanget. Mallarna på förbundets webbplats kan användas för att planera affischen. Föreningarna informeras separat om dessa.

Nå den stora allmänheten

Om man vill att också andra än de egna medlemmarna ska delta i manifestationen, bjuder man bäst in dem via sociala medier. Sociala medier är också ett bra verktyg för att skapa gruppanda, nätverk och gemenskap.

Kommunikationen kan ske till exempel via föreningens Facebook-sida eller i ett Facebook-evenemang som skapats för manifestationen. Vid kommunikation via sociala medier är det bra att komma ihåg förbundets officiella hashtaggar, till exempel #JHL, #ayvoimaa och andra separat överenskomna hashtaggar.

På Facebook är det bra att nämna att alla som vill stödja manifestationens mål är välkomna att delta. Det lönar sig också att dela information till sådana personer och organisationer som förhåller sig positivt till manifestationens budskap.

På manifestationsdagen informerar man om evenemangen till exempel via föreningens webbplats och sociala medier. Det lönar sig att använda foton i kommunikationen och arkivera dem för eventuellt senare bruk.

Så här gör du ett meddelande

STT Viestintäpalvelut har sammanställt anvisningar för hur ett meddelande blir så enkelt att motta som möjligt. Centrala frågor är tydlighet och snabbhet: journalister har högst tre minuter på sig att notera ett meddelande. Anvisningarna gäller också kommunikation via nätet, eftersom det är vanligt att man bara ögnar igenom innehållet. Beakta alltså följande saker när du utformar ett meddelande:

- En kort, beskrivande rubrik. Kom ihåg att rubricera e-postmeddelanden.
- Börja med en ingress av tweet-längd, dvs. ca 140 tecken. Berätta vad det är fråga om, till exempel "Stadens anställda demonstrerar mot utläggningsplaner i Esbo".
- En tydligt disponerad text som går att ögna igenom.
- Se till att kontaktpersonerna i meddelandet säkert kan nås och kan berätta om väsentliga saker tydligt och koncist. Som kontaktperson anges till exempel föreningens ordförande eller en person som frågan gäller.

Plakat och banderoller

Det är viktigt att även förbipasserande får veta orsaken till demonstrationen. Därför håller man upp banderoller. De kan målas på ett tyg som fästs vid ribbor med snöre eller häftapparat. Bärbara plakat kan tillverkas av till exempel stadig kartong eller lättare träskivor som fästs vid en lämplig ribba.

Ett vanligt tillvägagångssätt är att skriva centrala teman tydligt och koncist på banderollerna och låta kreativiteten flöda fritt på plakaten.

Anvisningar för deltagare

Alla demonstranter har sällan läst förhandsinformationen noggrant. Därför ska deltagarna ges instruktioner med arrangörernas planer. Om man inte vet exakt vilka som deltar i demonstrationen ska man kopiera upp anvisningarna. Kopiorna delas ut precis före evenemanget börjar. Anvisningarna ska också ropas ut när evenemanget börjar.

Kommunikation efter evenemanget

Om manifestationens mål nås och till exempel beslutsfattarna gör ett avgörande av önskat slag, ska man komma ihåg att tacka beslutsfattarna för ett bra beslut. Tacket kan förmedlas offentligt till exempel via Facebook eller i personliga meddelanden direkt till beslutsfattarna. Även medlemmarna ska tackas offentligt för deras stöd för manifestationen.

Det lönar sig alltid att tacka deltagarna. Samtidigt kan man berätta hur väl manifestationen eller demonstrationen har lyckats.

AKTÖRER SOM BEHÖVS

Allting går inte alltid enligt plan på demonstrationer. Det uppkommer överraskande situationer som kräver snabba beslut. Men det går att förbereda sig på överraskande situationer! Man kan komma överens om ett sätt för att fatta snabba beslut i sådana situationer. Det är klokt att koncentrera brådskande beslutsfattande.

Det finns många uppgifter som en liten grupp inte kan sköta ensam under en demonstration. För dessa uppgifter ska man hitta personer som på förhand förbereder sig för sina uppdrag. Demonstrationens storlek bestämmer antalet aktörer som behövs. Det är klokt att fundera över åtminstone huruvida följande aktörer behövs:

Ordningsvakter och polisens kontaktpersoner

Arrangören av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning kan på en allmän sammankomst, offentlig tillställning och dess omedelbara närhet tillsätta i lagen om ordningsvakter (533/1999) avsedda ordningsvakter att upprätthålla ordningen och säkerheten på den allmänna sammankomsten eller offentliga tillställningen. Ordningsvakternas befogenheter regleras i denna lag.

Polisen kräver ordningsvakter som ser till att manifestationen eller demonstrationen förlöper enligt plan, och armband ska göras för ordningsvakterna på förhand. Det är bra att komma överens om en gemensam strategi för eventuella konflikter. Åtminstone en av ordningsvakterna ska utses som polisens kontaktperson.

I regel ska utbildade ordningsvakter anlitas på tillställningarna, men av särskild anledning kan polisinrättningen godkänna tillfälliga ordningsvakter för ordningsvaktuppdrag.

En ordningsvakt som godkänts för ett enskilt evenemang har begränsade befogenheter. Sådana ordningsvakter har inte rätt att gripa (med undantag för den allmänna rätten att gripa), ta i förvar eller bära maktmedelsredskap. Således ska ett evenemang där ovan avsedda ordningsvakter tillställs alltid också ha ett tillräckligt antal utbildade ordningsvakter.

Startarrangörer och megafoner

Arrangerar människor på startplatsen i en lämplig startformation med hjälp av megafoner. Megafoner, dvs. bärbara förstärkningsenheter finns hos många organisationer och städers ungdomsväsenden.

Marscherare i spetsen

Agerar modeller för de flesta fotograferna och bestämmer hastigheten. Det lönar sig att utse personer som vet den planerade processionshastigheten.

Förropare

Börjar ropa eventuella slagord. De kan samtidigt vara ordningsvakter.

"Talande huvuden"

Det lönar sig att i god tid säkerställa vilka personer media kan intervjua. Det är bra att välja personer som berörs personligen av saken. De ska vara beredda att uppträda i media. Det är bäst om de intervjuade är samma personer som i förhandsinformationen, men därutöver finns det skäl att kartlägga andra intressanta personer via vilka demonstrationens budskap kan föras fram i intervjuer.

Det är klokt att noggrant överväga att be andra än berörda (till exempel politiker) framföra hälsningsord och kommentarer. De kan stödja demonstrationens budskap, men eventuellt även skingra den och väcka motstridiga reaktioner.

Trafikövervakning

Trafikövervakning gås i allmänhet igenom med myndigheterna på förhand när processionen eller evenemanget planeras. Rutterna och platserna gås igenom noggrant korsning för korsning så att det finns en behövlig mängd trafikövervakare. Det är klokt att förbereda sig noga på trafikövervakning och

ta fram en egen plan. Om det till exempel finns livligt trafikerade gator eller kollektivtrafikfiler i närheten av processionen eller manifestationsplatsen, ska trafikövervakarna ha väl synliga varningsvästar.

Utdelare och bärare av banderoller och plakat

Banderoller placeras gärna på lämpliga platser i processionen och/eller massmötet. Man kan uppmuntra alla villiga att hämta plakat, och ofta finns det gott om villiga.

Samtidigt ska de ges tydliga instruktioner för hur och vart plakaten och banderollerna ska återlämnas efter demonstrationen!

Utdelare av gratismaterial delar ut anvisningskopior till demonstranterna och tidningar eller flygblad till förbipasserande och åskådare.

Första hjälpen

Första hjälpen kan behövas när många människor deltar.

Räknare

Tar reda på antalet demonstranter. För att minska effekten av störningar är det bra att ha fyra räknare: två i början och två i slutet av processionen. Även polisen uppskattar antalet deltagare.

Informationsansvariga

Sköter kontakten med massmedia och svarar för information via sociala medier. De delar ut pressmeddelandet och hänvisar journalister till lämpliga intervjuobjekt. När antalet deltagare är klart, ska de ansvariga komplettera pressmeddelandet med uppgiften och sända meddelanden till lokala medier.

Scenbyggare och förstärkarskötare

Behovet av en scen ska bedömas och ett lastbilsflak kan vara en lösning. Om sammankomstplatsen begränsas av stigande trappor eller en sluttning, behövs scenen nödvändigtvis inte.

Förstärkarskötarna skaffar utrustningen. De kan lånas av till exempel musikföreningar eller bekanta band. Många affärer hyr ut förstärkarutrustning. Staden kan tillhandahålla en tillfällig elanslutning till mötesplatsen. Om inte detta lyckas, kan en generator hyras från en maskinuthyrning.

Speaker på sammankomst(er)

Ger instruktioner, berättar om programmet, antalet deltagare och sådana händelser på demonstrationen där alla inte varit närvarande.

Städansvariga

Sköter om slutstädningen på sammankomstplatsen tillsammans med övriga arrangörer.

Ersättare

Är redo att ta hand om olika uppgifter, om de personer som avtalats på förhand av någon anledning inte utför uppgifterna.

EFTERHANDSBEDÖMNING

Det är bra att arrangörerna samlas till exempel en vecka efter demonstrationen under fria former för att diskutera vad man lyckades med, vad man inte lyckades med och orsakerna till detta. När bedömningen skrivs ner och arkiveras med planen, kan den användas för goda råd och tips för nästa gång.

MER INFORMATION

Anmälningar och tillstånd

http://www.suomi.fi/suomifi/suomi/asioi_verkossa/lomakkeet/pol_yleinenkokous/index.html

Lagen om sammankomster

http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1999/19990530

CHECKLISTA

Uppgift	Deluppgifter	Utförs av	Ansvarig person	Kostnader
Budskap och mål				
Handlingskraftig samordningsgrupp				
Plats och tid				
Demonstrationens storlek				
Demonstrationens form				
Budget				
Anmälan och tillstånd				
Talare				
Övrigt program	musik/poesi			
	gatuteater			
	dans			
Information per målgrupp Kontakt med regionkontoret/ centralkontoret	tidsplan			
	telefonkedja, SMS			
	sociala medier, t.ex. Facebook			
	e-post			
	organisationers meddelanden, tidningar, webbplatser			
	till tidnings-, radio- och tv-redaktioner (två veckor före)			
	flygblad och tidningar, platser			
	affischer			
	plakat och banderoller			
	tack till deltagarna			
	tack till beslutsfattarna			

Uppgift	Deluppgifter	Utförs av	Ansvarig person	Kostnader
Anvisningar för deltagare	demonstrationens bakgrund			
	planerad längd			
	sammankomstens program			
	samlingsplats			
	slutpunkt			
	marschrutt, marschsätt			
	slagord och sånger			
	anvisningar för hämtning och återlämning av plakat och banderoller			
	information om kommande evenemang, sammankomster och handlingsmöjligheter			
	råd vid dåligt uppförande av förbipasserande eller polisen			
Busstransporter				
Observera under demonstrationen	måltider			
	WC			
	beredskap för regn och kyla			
	kontakt mellan demonstranter och olika aktörer			
	övernattning			
	skiftbyten			
Överraskande situationer	kontakt mellan kontaktpersoner			
	kontakt med andra (myndigheter, samarbetspartner, media, smågrupp, personer som utsetts för olika uppdrag, alla deltagare)			

Uppgift	Deluppgifter	Utförs av	Ansvarig person	Kostnader
Aktörer som behövs	polisens kontaktpersoner			
	ordningsvakter			
	startarrangörer			
	marscherare i spetsen			
	förropare			
	"talande huvuden"			
	trafikövervakning			
	utdelare av banderoller och plakat			
	bärare av banderoller och plakat			
	första hjälpen			
	räknare			
	informationsansvariga			
	scenbyggare			
	förstärkarskötare			
	speaker			
	talare			
	städansvariga			
	ersättare			
Varor	banderoller			
	plakat			
	megafoner			
	talarscen			
	ballonger eller annan rekvisita			
Efterhandsbedömning				

KONTAKTUPPGIFTER

Förbundet för den offentliga sektorn och välfärdsområdena JHL rf

Växel: 010 77031

Besöksadress:
Sörnäs strandväg 23
00500 HELSINGFORS

E-postadress: förnamn.efternamn@jhl.fi
JHL-kirjaamo@jhl.fi
www.jhl.fi

Södra Finlands regionkontor
Hämeenkatu 25-27
11100 RIIHIMÄKI
telefon 010 7703 680
Kontorets e-postadress
etelasuomi@jhl.fi

Östra Finlands regionkontor
Joensuu kontor
Yläsatamakatu 7 B 13
80100 Joensuu
telefon 010 7703 650 (växel)
Kontorets e-postadress
ita-suomi@jhl.fi

Kuopio kontor
Puistokatu 6
70110 KUOPIO
telefon 010 7703 650 (växel)

Sydöstra Finlands regionkontor
Kauppakatu 40 D
53100 VILLMANSTRAND
telefon 010 7703 550 (växel)
Kontorets e-postadress
kaakkois-suomi@jhl.fi

Lapplands regionkontor
Rovakatu 20-22 A
96200 Rovaniemi
telefon 010 7703 600
Kontorets e-postadress
lappi@jhl.fi

Uleåborgsregionens regionkontor
Uleåborgs kontor
Mäkelininkatu 31, 5 vån.
90100 Uleåborg
telefon 010 7703 610
Kontorets e-postadress
oulu@jhl.fi

Kajana kontor
Kauppakatu 22 B
87100 Kajana
telefon 010 7703 570

Österbottens regionkontor
Vasaesplanaden 17, 7 vån.
65100 Vasa
telefon 010 7703 640
Kontorets e-postadress
pohjanmaa@jhl.fi

Inre Finlands regionkontor
Birkalands och Mellersta Finlands regionkontor går samman 1.1.2018 som Inre Finlands regionkontor.

Birkalands regionkontor
(fram till 31.12.2017)
Rautatienkatu 10 7 vån.
33100 Tammerfors
telefon 010 7703 620 (växel)
Kontorets e-postadress
pirkanmaa@jhl.fi

Mellersta Finlands regionkontor
(fram till 31.12.2017)
Kalevankatu 4
40100 Jyväskylä
telefon 010 7703 620 (växel)
Kontorets e-postadress
keski-suomi@jhl.fi

Huvudstadsregionens regionkontor
Aspnäsgatan 14, 2 vån.
00530 Helsingfors (Havshagen)
telefon 010 7703 340
Kontorets e-postadress
pks@jhl.fi

Satakunta regionkontor
Isolinnankatu 24, 5 vån.
28100 Björneborg
telefon 010 7703 670
Kontorets e-postadress
satakunta@jhl.fi

Egentliga Finlands regionkontor
Parkgatan 6 A
20100 Åbo
telefon 010 7703 700
Kontorets e-postadress
v-s@jhl.fi

JHL i sociala medier:

@JHLry

@JHLviestii

Förbundet för den offentliga sektorn och välfärdsområdena JHL:s
Handbok för att arrangera manifestationer 10/2017
Organisations- och medlemsservicelinjens publikation