

Maj 2002

“MED PR SOM VAPEN”

Rapport nr 1 i Primes skriftserie

Den nya vänsterns kommunikativa
utmaning mot det svenska näringslivet

– ett samarbete med *United Minds*

Innehållsförteckning

| | |
|----------------------------------------------------|----|
| Förord | 2 |
| 1. Sammanfattning av rapporten | 3 |
| 2. Bakgrund | 4 |
| 3. En ny vänstervåg? | 5 |
| Vänstern allt starkare bland ungdomar | 5 |
| Mer än bara politik | 7 |
| 4. Vilka är de? | 9 |
| AFA, Antifascistisk aktion | 9 |
| Globalisering underifrån | 10 |
| Ya Basta, De vita overallerna | 10 |
| Djurens befrielsefront, DBF | 10 |
| Attac | 10 |
| Socialekologisk aktion SEA | 11 |
| Motkraft | 11 |
| Syndikalistiska ungdomsförbundet, SUF | 12 |
| Adbusters | 12 |
| 5. Vad tycker de? | 12 |
| En rörelse av rörelser | 12 |
| Misstro mot parlamentarisk demokrati | 13 |
| Kritiken mot globala storföretag | 15 |
| Globalisering | 18 |
| Motståndare till allt förtryck | 19 |
| 6. Hur jobbar de? | 20 |
| Sällan formell organisering | 20 |
| Decentralisering | 22 |
| Breda åsiktsplattformar, inte sekterism | 23 |
| En livsstilsrörelse, inte en enfrågerörelse | 25 |
| Kommunikation prioriteras | 27 |
| 7. Kommunikativa utmaningar | 30 |
| David och Goliat | 31 |
| Professionella och okonventionella kommunikatörer | 31 |
| Ett rörligt mål | 32 |
| Extremister och vanliga kunder | 33 |
| Konsumentdriven aktivism | 34 |
| 8. Företag möter aktivister – några exempel | 35 |
| Ikea: att bygga trovärdiga allianser | 35 |
| Levi Strauss & co: att reagera tidigt | 36 |
| Lundin Oil – att tydliggöra fakta | 37 |
| Hennes & Mauritz – att skaffa sig kunskap | 39 |
| 9. Checklistor | 39 |
| Är ditt företag i skottgluggen? | 39 |
| Hur kan du skydda dig? | 40 |
| Några kommunikativa slutsatser från Prime | 42 |

2 (43) **Förord "Med PR som vapen"**

"En ny vänstervåg drar genom landet. Radikala socialister och djurrättsaktivister angriper marknadsekonomins symboler. Svenska företag befinner sig i skottgluggen. Det är inte första gången företags varumärken riskerar att skadas av ideologiskt motiverade angrepp. Men dagens vänstervåg skiljer sig kraftigt från 70-talets."

Så inleder Markus Uvell och Emma Hernell på omvärldsanalysföretaget United Minds "Med PR som vapen", den rapport som du nu håller i din hand, som de tagit fram på uppdrag av Prime PR.

Det senaste året har antiglobaliseringstrenden och den nya vänsterns betydelse diskuterats internt på Prime, bla med anledning av Naomi Kleins bok No Logo och Göteborgskravallerna i samband med EU-toppmötet. För att börja nysta i konsekvenserna lade vi ett uppdrag på United Minds att analysera dessa rörelser utifrån ett företags- och PR-perspektiv. Händelserna den 11 september förra året accentuerade relevansen av tankearbete på detta område. Den nya vänstern och globaliseringsmotståndarna imponerar onekligen med sin kommunikativa förmåga. Vilka konsekvenser ger dess budskap och aktioner för företagen generellt? Vilka varumärken är mest utsatta? Vad kan aktivisterna förväntas göra i framtiden? Vilka företag och produkter står i skottgluggen? Vad blir nästa steg efter stenkastningen? Hur ska företagen förhålla sig till dessa delvis nya "motståndare"? Och kanske viktigast: i vilken utsträckning kommer dessa militanta rörelser opinionsbildande arbete att påverka samhällsklimatet?

Vi ser redan idag tydliga tecken på att de trendkänsliga politikerna plockat upp delar av dessa rörelser agendor. Statsministern äter inte så gärna kött och kräver i helsidesannonser att företagen ska ta större socialt ansvar. Hur ska företagen förhålla sig till hela den viktiga diskussionen om etik i näringslivet, värderingar och socialt ansvar?

Syftet med rapporten och de efterföljande kommunikativa slutsatserna är i första hand att väcka tankar och initiera samtal i företag och organisationer om hur man själv direkt eller indirekt påverkas eller kan komma att påverkas av dessa extrema gruppers systematiska opinionsbildande arbete. Rapporten serverar inga färdiga lösningar eller enkla sanningar om hur man som företag bör förhålla sig och agera. Vi är nämligen övertygade om att tankearbetet i den här typen av komplexa frågeställningar bör påbörjas genom att skaffa sig insikt och kunskap – där kan rapporten förhoppningsvis utgöra ett ordentligt underlag.

Trevlig läsning!

Vännerna på Prime PR, genom

Carl Fredrik Sammeli
VD & Kreativt ansvarig

Fredrik Andersson
Delägare & chef Public Affair

PS. Vill du beställa vår nya bok "PR i nytt medielandskap", eller börja prenumerera på våra e-postspaningar, seminarieinbjudningar och rapporter om kommunikation i utvecklingens framkant gör du det på www.primepr.se.

1. Sammanfattning

En ny vänstervåg drar genom landet. Radikala socialister och djurrättsaktivister angriper marknadsekonomins symboler. Svenska storföretag befinner sig i skottgluggen.

Det är inte första gången företags varumärken riskerar att skadas av ideologiskt motiverade angrepp. Men dagens vänstervåg skiljer sig kraftigt från 70-talets. Det är en mer individualistiskt inriktad, mer kommunikativt skicklig och mer resultatinkriktad vänster som samlar kraft.

Företagen angrips ibland som symboler för marknadsekonomin och konsumtionssamhället, ibland för att de anses acceptera oetiska arbetsförhållanden, ibland för att de uppfattas skada djur och miljö.

Men slutsatsen är densamma: i en globaliserad värld, där storföretagen växt sig allt starkare, måste dessa företag ta ett ökat ansvar för människor, djur, miljö och demokrati. Och därmed måste vinstkrav och fri företagsamhet stå tillbaka, resonerar aktivisterna.

De nya aktivisterna arbetar smartare och mer målmedvetet än 70-talets motsvarigheter. Arbetet utförs i små självstyrande grupper, sammanlänkade i globala nätverk. Det gör aktivisternas rent kriminella handlingar svårare för polisen att bekämpa och deras budskap svårare för företagen att kommunikativt bemöta.

Många av grupperna agerar mycket medvetet och strategiskt i sin kommunikation. Både den interna kommunikationen mellan de olika grupperna och den externa kommunikationen gentemot allmänhet och massmedier hanteras på ett professionellt sätt.

De nya aktivisterna utgör därför ett större hot mot svenska storföretag än tidigare generationers aktivister. Inte i första hand därför att de ifrågasätter marknadsekonomin och den fria konkurrensen, utan för att de har kraft att skada företagens varumärken och dra med sig såväl vanliga konsumenter som politiker i bojkotter och regleringar riktade mot Sveriges ledande företag.

Det är hög tid för svenska storföretag att förbereda sig för denna utmaning.

2. Bakgrund

Det var i Seattle för 2 år sedan som världens blickar för första gången vändes mot den nya globala vänsterrörelsen. 50 000 demonstranter hade samlats i Seattle för att protestera mot världshandelsorganisationen WTO. Bland demonstranterna fanns representanter för ett myller av organisationer och åsikter. Amerikanska fackföreningsrepresentanter demonstrerade sida vid sida med globala och lokala solidaritets- och miljöaktivister. Den enda gemensamma nämnare som fanns mellan grupperna var deras motstånd mot WTO.

Den nya vågen av vänsteraktivism hade startat på olika håll i världen långt tidigare, men det var först i Seattle på senhösten 1999 som världen på allvar fick upp ögonen för den nya antiglobalistiska rörelsen.

De stora TV-kanalerna direktsände bilder av tumultet på Seattles gator, och tidningarna skrev spaltmeter. När toppmötet senare tvingades ställa in – av helt andra orsaker – var det många som tolkade det som en seger för demonstranterna.

Seattle var på många sätt startskottet för vad som i Sverige och i många andra länder har utvecklats till en omdiskuterad ny vänsterrörelse bestående av ett stort antal mer eller mindre kända organisationer, sammanknutna i komplexa nätverk.

Strax efter Seattle släppte frilandsjournalisten Naomi Klein sin omdiskuterade bok *No Logo*. Boken blev på kort tid en bestseller och en central text för de olika aktivistgrupperna.

I *No Logo* skildrar Naomi Klein hur varumärket blivit viktigare än själva produkten och hur varumärkesföretagen gör profit på barnarbete och usla arbetsförhållanden i fattiga länder.

Klein målar upp en starkt polariserad värld och kritiserar de privatiseringar och den liberaliseringsvåg som hon menar svept över världen.

No Logo har kallats 2000-talets *Kapitalet* och dess genomslag i debatten och bland vänstersympatisörer har varit stort. Boken formulerar, kanske tydligare än någon tidigare, det samband den nya vänstern menar finns mellan globala företag, liberala marknadsreformer och tredje världens fattigdom.

I skottgluggen står ett antal av världens största konsumentvaruföretag. Den massiva kritik Naomi Klein riktar mot företag som Nike, McDonalds och Shell har lett till protester och bojkotter, inte bara från rabiata vänsteraktivister utan också från vanliga konsumenter.

Storföretagen är de tydligaste symbolerna för den världsordning den nya vänstern ifrågasätter. Och därmed också de mest tacksamma måltavlorna för både protester och bojkotter liksom andra mer våldsamma aktioner.

3. En ny vänstervåg?

De bilder som dröjt sig kvar efter EU-toppmötet i Göteborg i juni är de brinnande bildäcken på Avenyn och ljudet av polishästarnas galopperande hovar mot asfalten.

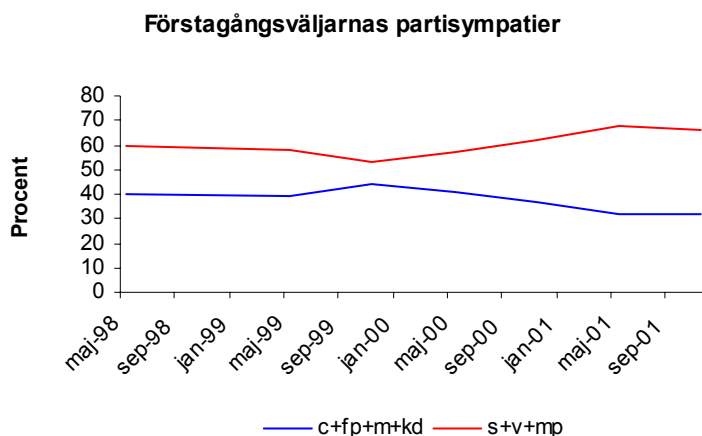
Nyhetsrapporteringen kom uteslutande att handla om våldet, de maskerade demonstranternas stenkastning och polisernas skottlossning. Fokus hamnade långt bort från den politiska dagordningen, och många har uttryckt besvikelse över att våldsskildringarna överskuggade de politiska sakfrågorna.

Men egentligen var det intressantaste under *Göteborgskravallerna* varken våldet eller de politiska sakfrågorna. Det intressanta var det faktum att över 20 000 personer hade samlats för att delta i demonstrationer mot globaliseringen, mot EU och för en alternativ utveckling.

Vänstern allt starkare bland ungdomar

Det är talande att senast en demonstration drog så många deltagare skedde det med helt andra förtecken – i samband med motståndet mot läntagarforderna 1984. Nu är det för socialismen det demonstreras. Det finns goda skäl att ställa sig frågan: Är det en ny vänstervåg som drar över Sverige?

Normalt brukar man försöka avläsa ideologiska strömningar i samhället genom att studera ungdomars värderingar och politiska åsikter. Förstagångsväljarnas partisympatier är en särskilt intressant mätare på detta.



Källa: SCB

Studier av förstagångsväljarnas partisympatier visar att det finns en tydlig vänstervåg bland unga. Bland förstagångsväljarna har det sedan årsskiftet 1999/2000 skett en kraftig förflyttning åt vänster på den politiska skalan.

Vänsterblocket – bestående av socialdemokraterna, vänsterpartiet och miljöpartiet – har ökat samtidigt som de borgerliga – centern, folkpartiet, moderaterna och kristdemokraterna – har gått tillbaka. Diagrammet visar hur glappet mellan de båda blocken har ökat.

Vänsterpartiet har ökat markant från drygt 10 till drygt 20 procent av förstagångsväljarna sedan i maj 1998. Under samma period har moderaterna fallit från cirka 30 till drygt 20 procent av förstagångsväljarna.¹

Många av de ungdomar som demonstrerade i Göteborg, och som deltar i de nya vänsterorganisationernas verksamhet hade ännu inte fyllt 18 år. Det finns därför skäl att tro att det i ungdomsgruppen i stort finns ännu starkare vänstersympatier än vad SCB:s undersökningar visar.

¹ SCB:s webbplats www.scb.se tillgänglig 1/10 2001

Klart är alltså att det finns en stark vänstervåg bland ungdomar. Hur omfattande de illegala aktioner som kopplas till denna vänstervåg egentligen är, är svårt att ge något exakt svar på. Mörkertalet är förstås mycket stort, definitionsproblemen många och möjligheterna att få överblick ganska små.

SÄPO genomför en årlig kartläggning av politiskt motiverad brottslighet, däribland brott med "koppling till den autonoma rörelsen" (till vilka räknas även djurrättsaktivism och miljörelaterade brott, en definition som i och för sig kan ifrågasättas). I den senaste rapporten konstateras att denna typ av brottslighet ökat från 543 fall 1999 till 696 fall år 2000.

Ökningen utgörs helt av "antifascistiska och vänsterorienterade brott" (från 220 till 383) medan t ex "brottslighet kopplad till djurrättsaktivism" minskat från 226 till 194 och "brott riktade mot Shell" (som särredovisas) har ökat från 21 till 49. Antalet "miljörelaterade brott" är sedan 1999 så litet att de inte alls tas med i statistiken.²

Mer än bara politik

Bland orsakerna till vänstervågens framväxt finns också inslag av helt andra drivkrafter än politik. Som alla andra rörelser som gör anspråk på att locka en stor mängd unga människor har även den nya vänstervågen inslag av trend och mode. Det är inte bara en fråga om att tycka rätt saker, utan även att lyssna på rätt musik, ha rätt kläder, rätt frisyr etc.

Klädesplagg och accessoarer som inspirerats av tredje världen och av terroristgrupper har länge varit vanliga bland unga människor. På senare tid har detta commando-mode även plockats upp av etablerade modeskapare.

Tjejtidningen Darling hade i sitt marsnummer ett åtta sidors reportage om "Terrorist chicks", det nya terroristmodet. Bilder på terrorinspirerade kläder varvas med faktarutor om Ulrike Meinhof,

² SÄPO 2001

Gudrun Enslin och Patty Hearst – tre kända kvinnliga terrorister.³ På modeområdet flirtas det ivrigt med terrorister och gerillagrupper.

Det återstår att se hur just detta mode kommer att påverkas av händelseutvecklingen efter attentaten mot World Trade Center. Men klart är i alla fall att den nya vänstern även förknippas med vissa bestämda kulturella uttryckssätt.

Det betyder inte att den nya vänstervågen i själva verket bara är ett mode, en kortsiktig fluga. Snarare är detta ett tecken på rörelsens kraft – att den även sätter spår i kultur och livsstil.

I själva verket är det inte terroristerna som romantiseras utan snarare revolten och upproret som sådant. På 1950-talet var James Dean den revolterande hjälten i dag är det Che Guevara och Subcomandante Marcos.

Livsstilen är också bredare än de politiska rörelserna. Den avrättade marxistiske revolutionären Che Guevaras ansikte och den röda stjärnan syns på kläder som inte bara bärs av radikaler. Alberto Kordas porträtt av Che är en av världens mest spridda bilder.⁴

Che Guevara ("Kommunist-Jesus" som han kallas i ett annat nummer av Darling) har blivit en ikon för den nya vänsterrörelsen, det är lätt att förstå varför. På Cordas porträtt har Che blicken vid horisonten, han är ung, vacker, rebellisk. Och samtidigt tillräckligt kontroversiell för att etablissemangen ska rynka på näsan.



Marxisten Che är ironiskt nog en framgångsrik kapitalistisk produkt. Hans ansikte används för att sälja all möjlig skit. Men ibland händer det faktiskt att någon börjar fundera över vem den där snygge killen på bilden egentligen var.⁵

³ *Terrorist Chicks – fina flickor får ofta farliga vapen*, Darling 3/2001.

⁴ *Kommunist – Jesus*, Darling 2/2001.

⁵ *Kommunist- Jesus*, Darling 2/2001

4. Vilka är de?

De grupper denna analys beskriver representerar många olika idéströmningar och organisatoriska modeller. De är ingen homogen grupp eller rörelse i traditionell mening.

Att ge representativa exempel på vilka organisationer det gäller är därför inte möjligt. Nedan nämner vi ett antal organisationer. Dessa är inte nödvändigtvis representativa för helheten och bara delvis de samma som förekommer på andra ställen i analysen. Vi nämner dem främst för att illustrera den bredd och de skillnader som finns.

AFA, Antifascistisk aktion

AFA har uppmärksammats intensivt i media bland annat efter kravallerna i Göteborg inte minst på grund av sitt öppna försvar av våldet i samband med demonstrationerna. AFA är enligt egen definition en antifascistisk organisation mot sexism, rasism, kapitalism och homofobi. Organisationen bildades 1993 och har ett tiotal lokalavdelningar runt om i Sverige. AFA är en kontroversiell organisation på grund av våldet, men det bidrar till att skapa uppmärksamhet. Organisationen använder våldet som ett kommunikativt verktyg – utan kravaller inga journalister.

Globalisering underifrån

Globalisering underifrån är ett löst nätverk som samlar radikala grupper och individer på den utomparlamentariska vänsterkanten. Nätverket arbetar främst med informations spridning och opinionsbildande aktioner för att förändra samhället. Arbetsmetoden är icke-våld och konfrontativ civil olydnad. Dominerande sakfråga är kritiken mot WTO och andra handelsliberala överenskommelser. Globalisering underifrån ingår i det världsomspännande nätverket *Peoples global action*.

Ya Basta, De vita overallerna

Ya Basta är snarare en protestmetod än en organisation. Metoden är konfrontativt ickevåld. Demonstranterna använder sig av gummimurar, sköldar, flytvästar och hjälmar för att bryta igenom polisens avspärningar. I demonstrationstågen känns de igen på sina vita overaller. Metoden sägs vara ett alternativ till pacifistiskt motstånd och våldsamma kravaller. Ya Basta vill göra global revolt mot nyliberalismen, men rörelsen säger sig vara icke revolutionär. De tror inte längre att det är relevant att tala om klassamhället. De vita overallerna är en global rörelse som inte har sitt hemvist i något särskilt land. Rörelsen har anhängare både i Europa och i Nord- och Sydamerika.

Djurens befrielsefront, DBF

DBF är ett löst sammansatt nätverk för militanta djurrättsaktivister. Nätverket startades i England och har förgreningar i flera europeiska länder. Metoderna är sabotage, skadegörelse och fritagningar. Eftersom metoderna är olagliga saknar nätverket centralorganisation, och aktivisterna är anonyma. Det går inte att bli medlem i DBF, men alla som är minst vegetarianer och genomför aktioner i enlighet med nätverkets riktlinjer kan räkna sig som en del av DBF, enligt webbplatsen.⁶ På DBFs lista över djurförtryckare, mot vilka attacker riktas, finns pälsfarmer, pälsaffärer, slakterier, charkuterier, mejerier, försöksdjursuppfödare, forskningslaboratorier, företag involverade i djurförsök och föreningar för försöksdjurstekniker. DBFs verksamhet är inriktad på kommunikation. Genomförda aktioner efterföljs alltid av noggranna pressmeddelanden och bilder.

Attac

Svenska Attac bildades i januari 2001 och har redan 40 lokalavdelningar runt om i Sverige. Totalt har Attac 30 000 betalande medlemmar i 20 olika länder. Organisationen startades av globaliseringsmotståndare i Frankrike. Attac driver främst tre frågor:

⁶ www.animalliberation.net/sweden/ Tillgänglig 16/10 2001

- Att verka för införande av Tobinskatten och avskaffande av skatteparadisen;
- Att förhindra att offentliga pensionssystem används i spekulationsyfte;
- Att avskriva de fattiga ländernas skulder.

En stor del av Attacs verksamhet utgörs av studieverksamhet. I det avseendet påminner Attac om de traditionella folkrörelserna. Basen i Attacs verksamhet är de många lokalavdelningarna, men till skillnad från flera andra rörelser i den nya vänstern finns det en gemensam arbetsgrupp på central nivå som samordnar lokalgruppernas verksamhet.

Attac har på kort tid blivit en betydelsefull folkrörelse. Dess krav på Tobinskatt har väckt stor uppmärksamhet. Både vänsterpartiet och miljöpartiet har motionerat om en sådan skatt, och centerpartiet har begärt en utredning om frågan.⁷ En orsak till Attacs framgång är att rörelsen agerat mycket medvetet och varit skicklig på att kommunicera sitt budskap.

Socialekologisk aktion SEA

Socialekologisk aktion är ett nätverk av radikala miljöaktivister. Nätverket har funnits sedan 1992 under olika namn och i skiftande former. Den viktigaste frågan för SEA är motståndet mot vägbyggen. Flera aktioner mot Dennispaketet, Norra Länken och Södra Länken har organiserats av SEA.

Motkraft

På webbplatsen beskrivs Motkraft som ett informationscentrum för den utomparlamentariska vänstern. Motkraft erbjuder bland annat ett kalendarium för de olika nätverkens aktiviteter och länkar till vänsterradikala tidskrifter på Internet. Webbplatsen innehåller också nyhetsartiklar och krönikor. Motkraft fungerar som en länk mellan de militanta och de mer traditionella utomparlamentariska rörelserna.

⁷ Eklund (2001) Tobinskatten – Ett medel söker sitt mål

Syndikalistiska ungdomsförbundet, SUF

SUF är en anarkosyndikalistisk ungdomsrörelse. Målet för rörelsen är att förverkliga den frihetliga socialismen, så att produktionsmedlen kan övergå i det allmännas ägo och förvaltas av de arbetande.⁸ SUF är motståndare mot allt förtryck och genomför aktioner och demonstrationer mot nerskärningar, rasism, fascism, Dennispaketet och kvinnofientlig pornografi. Eftersom SUF anser att människor inte har rätt att bestämma över varandra, saknar rörelsen ledare och styrelse. Alla beslut fattas gemensamt.

Adbusters

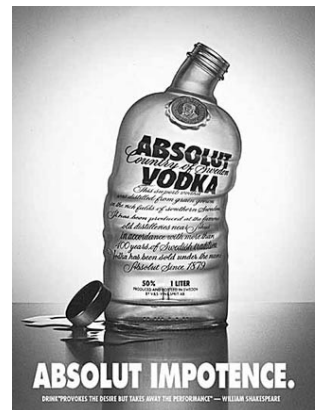
Adbusters är ett internationellt nätverk, startat i Kanada bestående av aktivister, studenter, lärare, konstnärer och skribenter med rötterna i den akademiska världen. Adbusters vänder sig mot storföretagens maktfullkomlighet. Rörelsens metod för att bekämpa de multinationella företagen kallas *culture jamming* och går bl a ut på att förvräda reklambudskap. Adbusters utnyttjar företagens varumärkesbyggande för att föra ut sitt eget budskap. Ett varumärke som blivit utsatt för adbusters metoder är svenska Absolut vodka.

5. Vad tycker de?

En rörelse av rörelser

Den nya vänsterrörelsen har mycket gemensamt med den gamla 68-rörelsen. Ungdomsupproret och revolten mot etablissemangen är förstås på många sätt det samma i dag som 1968. Men det finns också fundamentala faktorer som skiljer den nya vänsterrörelsen från den gamla. Den som vill förstå den nya rörelsen måste också förstå dessa skillnader.

Den nya vänstern är inte en sammanhållen rörelse med gemensamma politiska åsikter. Den är en rörelse av många små och löst sammansatta nätverk och grupper.



Källa: www.adbusters.org

⁸ www.motkraft.net/suf-sthlm/

De politiska åsikterna spretar åt många olika håll, och det finns inget krav inom rörelsen på att alla ska tycka lika – och för den delen ingen central auktoritet som skulle kunna utfärda några sådana krav.

I stället samarbetar grupperna kring enstaka frågor där åsikterna sammanfaller. Några få politiska plattformar fungerar som ett sammanhållande kitt mellan grupperna.

När vi nedan beskriver vad den nya vänstern står för, är det inte en homogen grupp vi talar om. Snarare gör vi här en beskrivning av ett antal åsikter och synsätt som är särskilt vanliga bland de grupper som, i brist på bättre namn, kallas "den nya vänstern".

Misstro mot parlamentarisk demokrati

Bland de grupper vi beskriver i denna analys finns en djup misstro mot den parlamentariska demokratin och de institutioner som bär upp denna.

Många av grupperna beskriver det vi i vardagligt tal kallar demokrati som något helt annat, en fasad som döljer ett system där den helt dominerande delen av makten i samhället ligger hos ett fåtal rika privatpersoner och storföretag.

Många av organisationerna tar sin utgångspunkt i en beskrivning av hur beslutsfattandet successivt flyttats allt längre bort från medborgarna. De nationella parlamenten och de folkvalda politikerna har förlorat sin makt. Det verkliga inflytandet ligger istället hos de stora internationella företagen och hos internationella organisationer som IMF, WTO och EU.

Beslutsfattandet sker i allt större grad i slutna institutioner som medborgarna inte kan påverka eller ställa till svars. De stora företagens makt över nationella politiker har vuxit sig allt starkare.

Ofta kritiserar dessa vänstergupper de politiska företrädarna för allt för stor eftergivenhet inför de krav som ställs från starka finansiella aktörer. Naomi Klein gör i en debattartikel i Aftonbladet gällande att till och med politiker i socialdemokratiska regeringar världen över hävdar att de är maktlösa inför marknadens krav.⁹

⁹ Nu är det nog, Aftonbladet 5/9 2001

Runt om i världen har medborgare kämpat för att få socialdemokratiska partier och arbetarpartier till makten, för att sedan få höra dem bedyra att de är maktlösa gentemot marknadskrafterna och IMF:s diktat. Under dessa förutsättningar är moderna aktivister inte så naiva att de tror att den parlamentariska politiken kommer att leda till några förändringar.

I detta ligger inte bara en kritik mot beslutsfattandet i den globaliserade ekonomin, utan även en skepsis inför politiska partiers och nationella fackliga organisationers möjligheter att förbättra samhället.

Det autonoma mediekollektivet Subversiv media beskriver, i en artikeln om den autonoma rörelsens rötter, de etablerade partierna och fackföreningarna på följande sätt:

De valde att arbeta på detta sätt eftersom fackföreningarna och partierna hade förvandlats från instrument som kontrollerades av sina medlemmar till institutioner som varken gynnade arbetarnas dagliga intressen som bättre lön, bra arbetsförhållanden, osv, eller de långsiktiga som socialism.¹⁰

Ett annat intressant drag i de studerade gruppernas syn på demokrati är det starkt individualistiska perspektivet. Även om de politiska lösningar de förespråkar ofta är synnerligen kollektivistiska, är det demokratiska ansvaret en fråga för den enskilde.

Den traditionella vänsterns syn på kollektivet som den viktigaste politiska maktfaktorn har ersatts av en stark tro på individens förmåga att påverka samhället. Kanske är detta den viktigaste skillnaden mellan gårdagens 68-rörelse och dagens nya vänsterrörelse.

Vardagliga och personliga val, som t ex att cykla i stället för att köra bil, att äta grönsaker i stället för kött, eller att köpa produkter som inte testats på djur, har blivit viktiga politiska ställningstaganden. Också det personliga är politik för aktivisterna i den nya vänsterrörelsen.

¹⁰ <http://www.subversiv.nu/ViAu.shtml>

Vid sidan om det personliga ansvaret i vardagen kan de illegala aktioner de nya vänsterrörelsernas medlemmar utför också betraktas ur ett individualistiskt perspektiv. De upplever att något är fel i samhället och fattar ett beslut att på egen hand bekämpa det system de ogillar – och ta konsekvenserna av detta.

Organisationen Globalisering underifrån beskriver sitt perspektiv på hur samhället kan förändras på följande sätt:

Under våra hjälmar– så som under zapatisternas huvor – finns hundratals ansikten, inte ett parti eller en organisation som alltid och överallt skulle ha rätt. /.../ Vi strävar inte efter politisk makt, utan vill verka för att förändra samhället här och nu.¹¹

Kritiken mot globala storföretag

När makten har lämnat de demokratiska församlingarna har den istället förflyttats in i storföretagens styrelserum, hävdar den nya vänsterns aktivister. Det är storföretagen som har makten. Det är därför också naturligt att deras kritik i första hand riktas mot de globala storföretagen.

I kritiken kan man urskilja tre huvudinriktningar.

För det första har hård kritik riktats mot de internationella företag som har verksamhet i fattiga länder och som på olika sätt exploaterar människor eller naturtillgångar för egna vinstsyften.

Det kan handla om allt från barnarbete och undermåliga arbetsvillkor till skövling av regnskog och förtryck av urbefolkningen i samband med oljeutvinning.

Organisationen Rättviseakademin beskriver vilken typ av förhållande den vänder sig emot:

Lönerna är låga, arbetsmiljön livsfarlig och full av olagliga kemikalier, arbetspassen långa och om man går med i facket blir man inte bara avskedad utan riskerar även att bli svartlistad på många andra företag. (---) Övergrepp är vanliga: På en fabrik i

¹¹ <http://subway.klubba.tm> Tillgänglig 16/10 2001

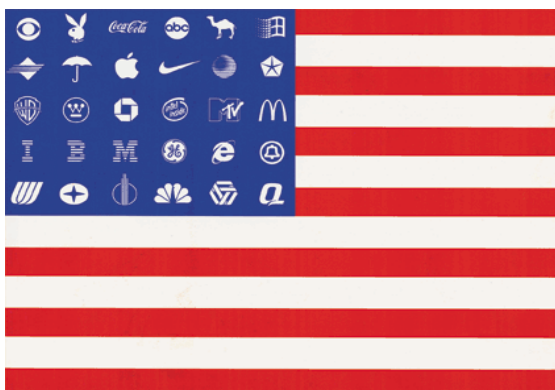
Vietnam som tillverkar Nikeskor misshandlade förmän arbetarna med käppar eller slag för att de inte skulle tappa disciplinen.¹²

Kritiken har fått stort genomslag och berört många människor som i vanliga fall inte alls tillhör den nya vänsterrörelsen.

För det andra kritiserar storföretagen för att ha kommersialiserat kulturen och det offentliga rummet. Reklamslogoner har trängt in på institutioner som tidigare har varit fria från reklam.

I USA har sponsring blivit vanlig i skolor och på museer. Naomi Klein konstaterar i *No Logo* att den enda stad som idag är helt utan reklamskyltar ironiskt nog är den av Disney byggda staden Celebration's.¹³

Den kanske mest uppmärksammade kritiken mot reklam och masskommersialism har det kanadensiska nätverket Adbusters stått för. Det har bl a publicerat ett stort antal s k Spoof ads, annonser som förvrider kända varumärkens reklamslogoner. Syftet är att avslöja det som Adbusters menar är den verkliga sanningen om företagen bakom reklamen.



Källa:

Adbusters har t ex plagierat Marlboro-annonser med kyrkogårdsmotiv ("Welcome to Marlboro Country"), annonser för Absolut Vodka på temat "Absolut Impotence" och annonser för

¹² www.radikala.com

¹³ Naomi Klein (2000), *No Logo*

McDonalds på temat att maten orsakar död i hjärt- och kärlkrampssjukdomar.¹⁴

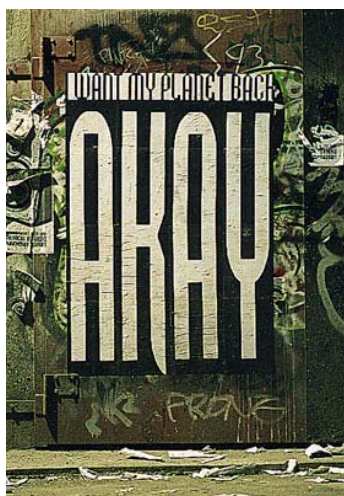


Källa: www.adbusters.org Tillgänglig 16/10 2001

I Sverige är det framförallt undergroundkonsten Akay som kritiserar denna aspekt av storföretagens verksamhet. Affischerna, målningarna och graffitin som förefaller göra reklam för "Akayism" är en del i slaget om ytorna, om vem som har tillgång till den offentliga miljön.

Genom att ställa ut sin konst på Stockholms husväggar vill Akay återerövra en del av ytorna från den kommersiella världen.¹⁵

Här förenas intressant nog graffiti och vänsteraktivism. Kampen för de fria ytorna där ingen annonserar, men alla får måla vad de vill, förenar hiphopare och vänsteraktivister – grupper som i de flesta andra länder har ganska litet gemensamt.



¹⁴ <http://adbusters.org/spoofads/>

För det tredje kritiseras de internationella företagen för att ha tagit över makten från nationella politiker. Storföretagen anses ligga bakom den nyliberala våg som enligt vänsterrörelsen har dragit fram över världen och lett till privatiseringar och skattesänkningar.

Under hösten har flera svenska vänsterrörelser samlats kring motståndet mot rörelsen TABD, Trans-Atlantic Business Dialog. TABD är en lobbyorganisation i vilken ett hundratal av de största transnationella företagen i USA och EU deltar.

Organisationens huvudsakliga syfte är att lobba för att handelshindren mellan USA och EU avvecklas. Enligt den nya vänsterrörelsen utgör TABD en faktor som ytterligare förskjuter makten över beslutsfattandet bort från de nationella parlamenten.

Globalisering

Ända sedan kravallerna i Seattle har den nya vänsterrörelsen förknippats med våldsamma protester mot globalisering och frihandel. Globaliseringen har varit en av de viktigaste sakfrågor som rörelsen har samlats kring.

Den nya vänstern anser att globalisering medför att makten i de nationella parlamenten försvagas.

För att attrahera utländska investeringar och för att hindra företagen från att lämna landet, måste den nationella politiken anpassas efter företagens krav. Naomi Klein menar att globaliseringen har tvingat länder i hela världen att genomföra samma nyliberala politiska reformpaket.

Hon kallar politiken *McGovernment* – liksom McDonalds restauranger ser den likadan ut i hela världen.

Det betyder inte att den nya vänstern är entydigt nationalistisk eller motståndare till alla former av globalisering. I stället är de internationalistiska inslagen starka – precis som hos 70-talets vänstergrupper.

Kritiken gäller vissa typer av globalisering, vissa delar av den utveckling vi ser i dag: fria kapitalrörelser, globala företag, frihandel etc.

¹⁵ www.akayism.com

Globaliseringsmotståndet har tagit sig uttryck i våldsamma protester mot Världsbanken, IMF och World Trade Organisation, WTO.

De olika organisationer som protesterar kritiserar bl a de krav på ekonomiska reformer och handelsliberalisering som IMF och WTO ställer på de fattiga länder som ansöker om lån i världsbanken. Enligt rörelsen är kraven orimliga och orättvisa. En skribent på tidskriften Yelah kallar de internationella organisationernas politik en förlängning av den europeiska kolonisationen.¹⁶

En vanlig synpunkt i den nya vänsterrörelsen är att globaliseringens positiva effekter bara kommer den rika världen till del. America Vera-Zavala, taleskvinna för Attac Sverige kräver vad hon menar är rättvisare handelsavtal för alla länder:

Global rättvisa handlar för mig om två delar. Dels att världens olika länder måste få rättvisa och jämbördiga villkor när det gäller internationella förhållanden, som t ex handelsavtal och inflytande i internationella organisationer. Global rättvisa handlar därutöver om att människor och demokratin måste stå stark och inte falla undan för kortsiktiga och spekulativa intressen.¹⁷

Motståndare till allt förtryck

Flera av rörelserna på den utomparlamentariska vänsterkanten beskriver motstånd mot alla typer av förtryck som den mest grundläggande fråga som förenar dem. Förtrycket kan ta sig olika former, men motståndet mot det förenar.

I denna mening skiljer sig de nya rörelserna från många av de organisationer som var aktiva på 70-talet. I 70-talets mer rätttroga marxisters ögon var den dominerande (i vissa fall den enda) konflikten i samhället den grundläggande motsättningen mellan arbete och kapital.

Ortodoxa marxister avvisar argumentation om andra konfliktlinjer som pseudokonflikter och försök att dölja det grundläggande

¹⁶ www.yelah.net Tillgänglig 20/10 2001

¹⁷ www.attac.nu Tillgänglig 20/10 2001

problemet i samhället. Dagens vänsterrörelser, däremot, är betydligt öppnare för att ta ställning mot olika typer av problem i samhället. Ett exempel är AFA, som förenas under den breda parollen "*mot sexism, rasism, kapitalism och homofobi*"¹⁸

Men allra tydligast kommer denna spridning av nyvänsterns fiendebild fram i det faktum att djurrättsrörelsen ingår som en naturlig del i det utomparlamentariska motståndet.

Djurrättsrörelsen kämpar mot förtryck av djur. Rörelsens organisationer anser att människor och djur är jämlika på samma sätt som barn och vuxna är det. De tycker inte att arttillhörighet är mer relevant än rastillhörighet.

Att hävda att en art är mer värd än en annan är lika fel som att hävda att olika raser är olika värdefulla, hävdar de. "Artism" är lika illa som "rasism" enligt djurrättsaktivisterna. Eftersom människorna har möjlighet att välja mellan ont och gott, har de ett ansvar för sina medvarelser.

Inom djurrättsrörelsen finns ett antal grupper som använder sig av sabotage för att främja sina syften. De använder olagliga metoder, eftersom de tror att det är det effektivaste sättet att påverka samhället. Sabotagen försvaras med att aktivisterna räddar liv, som de anser vara lika värdefulla som människoliv.

Inom djurrättsrörelsen finns också organisationer som förespråkar icke-våld och som kommunicerar sitt budskap med lagliga metoder.

Denna öppenhet för att utpeka och motarbeta olika typer av förtryck innebär att ett företag mycket väl kan utsättas för kritik både från en mer traditionellt socialistisk utgångspunkt och i ett djurrättsperspektiv.

6. Hur jobbar de?

Sällan formell organisering

En av de mest uppenbara egenskaperna hos den nya vänstern är att den sällan är formellt organiserad. I skarp kontrast till 70-talets vänstergupper, där organisatoriska strider ofta återkom, finns i dag knappast några centrala strukturer att tala om.

¹⁸ <http://afa-stockholm.antifa.net/>

Några av de mest etablerade organisationerna, som t ex Attac, är folkrörelser i en ganska traditionell mening. De har lokalföreningar, kongresser och förtroendevalda ledare. Men de flesta organisationer vi har granskat, saknar formella hierarkier, ledare och interndemokrati av traditionellt slag.

Att rörelserna inte är organiserade så som politiska organisationer traditionellt är, har i huvudsak tre förklaringar.

För det första finns en rent politisk förklaring. Dagens utomparlamentariska vänster är i huvudsak anarkistisk. I dess ideologi ligger en stark misstro mot hierarkier, centralt beslutsfattande och byråkrati – alldeles oavsett om det gäller staten, fackföreningar eller samhällslivet i övrigt.

Inom 70-talets vänster, däremot, var andelen grupper av t ex trotskistiskt och marxist-leninistiskt slag större. I dessa idéer är den centrala organiseringen betydligt mer naturlig och i vissa fall – i synnerhet hos marxist-leninisterna – en central del av ideologin.

I många 70-talsgruppers idévärld skulle revolutionen genomföras av en elitistisk förtrupp, i 2000-talets anarkistiska vänster är det enskilda människor och små grupper av aktivister som ska störta det borgerliga samhället.

För det andra finns en organisatorisk förklaring. De nya vänstergrupperna har helt enkelt lärt sig av tidigare misslyckanden och avstår därför ofta från att organisera sig formellt.

"Lila Svarta" är en intressant skrift, enligt omslaget skriven 1992 av "Några aktivister ur anarkistmiljön i Stockholm". Skriften är ett slags handbok för anarkistiska aktivister och meddelar bl a principer för hur arbetet bör organiseras. Under rubriken "Formell organisering" skrivs bl a följande:

Det behövs ingen formell organisation för att ockupera ett hus, organisera en demonstration, driva en bokhandel eller ge ut en tidning. [---] Det enda som behövs är: människor, enskilda eller i grupper, regelbundna kontakter mellan dessa människor, oftast i form av gemensamma ställen att träffas (kaféer, pubar, infobokhandlar, folkkök, möteslokaler osv) plus engagemang.¹⁹

¹⁹ http://www.folkmakt.nu/texter/lila_svarta.htm

För det tredje, förklarar författarna, är den formella organiseringen särskilt olämplig för att genomföra aktioner som är olagliga:

Det betyder att ifråga om allt motstånd som går utöver en rent symbolisk karaktär är en formell organisering inte bara onödig, utan även praktiskt taget omöjlig.²⁰

Frånvaron av formell organisering är en viktig faktor som försvårat försöken att kartlägga dessa grupper. När t ex Expressen skulle publicera namn och bild på ledarna för den nya vänstern lyckades man inte få fram några tydliga ledare – och tvingades därför lägga ned idén.

Decentralisering

Den vänsteraktivism som granskas i denna rapport är, med undantag för Attac och ett par av de andra grupperna, utpräglat decentraliserad. Det är i små, självstyrande grupper som arbetet ska utföras, inte genom en rikstäckande centralorganisation.

Nätverket Antifascistisk Aktion (AFA) beskriver i presentationen av sin verksamheten sin organisatoriska uppbyggnad på följande sätt:

Alla grupper i nätverket är oberoende och självständiga, dvs de har själva valt att gå med i AFA och kan om de så önskar, lämna nätverket. Alla grupper beslutar dessutom sin egen agenda, dvs de avgör själva vilka frågor de arbetar med och på vilket sätt. AFA är tänkt för informations- och erfarenhetsutbyte, samt för att samordna landsomfattande aktioner, som t.ex. gemensamma demonstrationer. Nätverket har ingen central styrelse, inga representanter, utan allt arbete utgår från lokalgrupperna.²¹

Många av aktivisterna är med under en kortare period, vid en speciell aktion eller demonstration för att sedan lämna rörelsen. För

²⁰ Ibid

²¹ <http://afa-stockholm.antifa.net/>

organisationerna betyder detta att alla medlemmar är aktiva. Problem med passiva så kallade "postgiromedlemmar" är främmande för den nya vänstern.

Den militanta djurrättsorganisationen Djurens Befrielsefront (DBF) beskriver sin verksamhetsform på liknande sätt:

Eftersom DBF-aktioner är olagliga arbetar aktivisterna anonymt, och har ingen central organisation eller samordning. Alla individer eller grupper av människor som är minst vegetarianer, och som utför aktioner enligt DBF:s riktlinjer har rätt att betrakta sig som en del av DBF.²²

Återigen finns med andra ord en kombination av ideologiska, organisatoriska och praktiska orsaker till valet av organisationsform.

Att arbeta helt decentraliserat, i självstyrande smågrupper, är ofta en naturlig konsekvens av den anarkistiska ideologin. Men nätverksformen är – på detta område som på många andra – också ett effektivt sätt att arbeta. Dessutom gör den organisationen svårare för polisen att bekämpa och för massmedia att kartlägga.

Nätverken är ofta internationella. Den nya vänsterrörelsen är decentraliserad och lokal, men också global. Det möjliggör internationell samordning av bojkotter och aktioner runt om i världen. Globala företag möter inte bara små decentraliserade aktivistgrupper, utan ett globalt nätverk av små och stora rörelser.

Med tanke på denna långt drivna decentralisering och de små resurser de studerade grupperna har till sitt förfogande, är det på många sätt imponerande vilket genomslag de har fått.

Vilka lärdomar som kan dras av detta återkommer vi till i kapitel 7.

Breda åsiktsplattformar, inte sekterism

En annan viktig skillnad mellan 70-talets vänster och dagens nya vänstergrupper är bredden i budskapet. Även om många av grupperna är små, är de aktiviteter som anordnas påtagligt breda i sitt budskap.

²² <http://www.animalliberation.net/sweden/>

Vid demonstrationerna i Göteborg medverkade t ex en stor mängd olika grupper med sinsemellan olika agendor. Gemensamt hade de ett motstånd mot EU och mot global frihandel. Att ena vänstergrupper under så breda målsättningar är förstås relativt enkelt.

Att det är breda budskapsplattformar som gäller märks även i organisationernas sätt att beskriva sig själva. Det gäller både etablerade organisationer som t ex Attac, och mer militanta grupper som t ex AFA. Rörelsens olika delar är inte intresserade av att vara FÖR samma saker det viktiga är att de har en gemensam fiende.

Attac inleder sin programförklaring med följande deklARATION:

Utvecklingen är inte förutbestämd. När politikerna anpassar samhället helt till storföretagens och finansmarknadernas villkor måste någon säga ifrån. Småföretagare, löntagare, vetenskapsmän, medborgare i fattiga och rika länder har nu påbörjat arbetet för en demokrati värd namnet.²³

Även hos AFA finns en motsvarande bredd i de idéer man arbetar för (eller snarare emot):

Den mini-plattform som alla grupper i AFA står bakom är att vi kämpar 'mot sexism, rasism, kapitalism och homofobi'.²⁴

Med denna bredd kan även organisationer vars verksamhet är väldigt kontroversiell, och dessutom olaglig, få en mycket stor grupp av sympatisörer, personer som, även om de alls inte uppskattar de metoder som används, allmänt sympatiserar med de idéer som ligger bakom.

Detta är sannolikt en avgörande faktor bakom de militanta organisationernas genomslag. Ett talande exempel är när Göran Persson intervjuas på den internetbaserade veganism- och djurrättstidningen Vegan.nu (Bara att Persson ställer upp för en intervju är intressant i sig).

²³ Jens Ergon (red) 2001: En annan värld är möjlig, Manifest, sid 396.

²⁴ <http://afa-stockholm.antifa.net/>

Persson får frågan hur han ställer sig till de grupper som genomför sabotageaktioner mot olika slakterianläggningar. Statsministern svarar:

På sätt och vis kan jag sätta mig in i deras frustration, men jag kan under inga omständigheter förstå eller acceptera de metoder de tillgrep. Jag tror att allt våld – mot människor och mot människors egendom – förstör för saken. Så många människor har fått upp ögonen för problemen i modern industrialiserad köttproduktion, att det finns ett tryck på förändring. Om en massa aktivister då går över gränsen är risken stor att alla dessa som respekterar lag och ordning vänder sig ifrån ett sundare djurtänkare för att inte bli beblandade med våldsverkare.²⁵

Djurrättsrörelsens ideologiska syften är så pass allmänt formulerade att Göran Perssons reservationer snarast gäller den taktiska aspekten av rörelsens verksamhet – våld är dåligt därför att det "förstör saken".

En livsstilsrörelse, inte en enfrågerörelse

Det har länge sagts, som en allmän sanning, att unga människor idag engagerar sig i "enfrågerörelser" snarare än i politiska partier. Vad gäller den nya vänstern är det uppenbart att detta inte stämmer.

Det är riktigt att unga människor inte engagerar sig i politiska partier, den nedåtgående trenden har pågått mycket länge. Men de organisationer som nu lockar många unga människor till den yttersta vänstern är alls inga enfrågerörelser.

Tvärtom, rörelserna är exceptionellt breda, och innefattar även många företeelser som vanligen inte brukar vara så framträdande hos politiska organisationer.

Det som förenar är en attityd, en hållning till omvärlden, snarare än en idé om lösning. För de anarkistiska grupperna är detta naturligt även av rent ideologiska skäl. Men det är dessutom taktiskt mycket

²⁵ <http://www.vegan.nu/default.asp?articleid=85>

effektivt - det ger möjlighet att samla många utan att riskera att fastna i sekterism.

Flera av grupperna tar också aktivt avstånd från det allt för snäva enfrågearbetet. Organisationen Autonomt Motstånd beskriver sig t ex så här på sin webbsajt:

Autonomt Motstånd är en grupp revolutionära socialister, så väl anarkister som kommunister, som kämpar utomparlamentariskt och utomfackligt för ett klasslöst samhälle utan förtryck. Vi är ingen enfrågegrupp, utan arbetar med många olika saker samtidigt.²⁶

Såväl de autonoma vänstergруппerna som djurrättsaktivisterna bygger sin verksamhet på en mycket långtgående systemkritik.

De är inte bara motståndare till enskilda former av marknadsekonomi, enskilda avregleringar eller enskilda former av djurhållning. De avvisar hela det system enligt vilket beslut fattas och resurser fördelas i samhället. Detta gör organisationerna per definition breda i sitt angreppssätt – hela samhället måste förändras.

Organisationerna talar ofta om sig själva som en mer eller mindre samlad rörelse – "vår rörelse", "den autonoma rörelsen", "den anarkistiska miljön", "djurrättsrörelsen". Även om de har bitvis olika fokus, är det tydligt att de uppfattar sig själva som besläktade med andra liknande organisationer.

Detta intryck förstärks också av att "rörelsen" innefattar mycket mer än bara politik och illegala aktioner. Runt de olika organisationerna finns en miljö av kaféer, möteslokaler, bokhandlar, konserter, poesiuppläsningar, teater och andra kulturarrangemang.

Den anarkistiska nättidskriften Yelah publicerar inte bara anarkistiska artiklar, utan sänder även radio, säljer böcker, sprider revolutionär musik, publicerar kulturartiklar, evenemangstips mm.²⁷

På motsvarande sätt fungerar det i mer rumsrena delar av rörelsen, som t ex portalen Radikala.com, som drivs av ETC. Här finns allt från politiska texter till musik och teater.

²⁶ <http://www.motkraft.net/am/>

²⁷ <http://www.yelah.net/>

Via andra webbsajter kan man beställa t-shirts och klistermärken, ladda ned flygblad eller affischer. Det Linköpingsbaserade mediekollektivet Subversiv Media erbjuder på sin sajt till och med ett litet spel vid namn "Brick a Brand", som går ut på att krossa multinationella företags logotyper.²⁸

Det är således alls inga enfrågerörelser vi ser, snarare ett slags mycket breda livsstilsrörelser. En del av de människor som lever i dessa rörelser ägnar sig förstas bara åt själva politiken, medan andra har ett helt liv gemensamt.

Livsstilen kan omfatta allt från kafévanor och musiksmak till klädstil och frisyren. En sådan bred livsstilsrörelse, med revolutionära förtecken, har förstas mycket goda förutsättningar att locka unga människor.

Kommunikation prioriteras

Genomgående kan sägas att de organisationer vi här studerar förefaller prioritera kommunikation mycket högt.

De anonyma författarna bakom aktivisthandboken Lila Svarta konstaterar i inledningen att skriften tagits fram mot bakgrund av "avsaknaden av kommunikation och kontinuitet inom rörelsen".²⁹

Vilken betydelse denna skrift i praktiken har haft kan vi inte bedöma. Men författarna torde vara mer nöjda med situationen i dag. Många av organisationerna visar regelbundet att de prioriterar kommunikation högt och dessutom i många fall arbetar professionellt och medvetet med kommunikation.

Det handlar om kommunikation i många olika sammanhang. Lila Svarta innehåller inte bara praktiska tips för hur man bör kommunicera inom ett demonstrationståg och hur man kan lämna anonyma telefonmeddelanden, utan även vilket förhållningssätt aktivisterna bör ha till massmedierna och hur ett pressmeddelande bör utformas.³⁰

²⁸ <http://www.subversiv.nu/media/ThrowBrick.swf>

²⁹ http://www.folkmakt.nu/texter/lila_svarta.htm

³⁰ Ibid

När Lila Svarta skrevs 1992 fanns i praktiken inget Internet, i alla fall inget som gick att använda för kommunikation i stor skala. I dag är det annorlunda.

Det är uppenbart att webbsajter, mailinglistor, IRC-chattar, newsgroups och andra liknande verktyg är denna rörelses viktigaste kommunikationsmedel. Utan Internet hade rörelserna knappast kunnat växa sig så starka eller kunnat arbeta så effektivt.

Internet ger också möjlighet till (relativt) säker kommunikation mellan aktivisterna. Flera av de mest militanta grupperna har speciella avdelningar på sina sajter med information om PGP (Pretty Good Privacy) och andra krypteringsmetoder. Nyhetsbrev för aktivister distribueras också ofta via Hushmail eller andra krypterade e-mailtjänster.³¹

Den internetbaserade kommunikationen mellan den utomparlamentariska rörelsens sympatisörer sker delvis med hjälp av portaler eller andra nyhetstjänster som drivs av sympatisörer eller organisationer.

Det kanske främsta exemplet är Motkraft, som beskriver sig själv som "ett infocenter för den utomparlamentariska vänstern". Utöver nyheter kopplade till rörelsen erbjuder Motkraft även ett omfattande nyhetsbrev via e-mail, ett kalendarium för olika aktiviteter samt webbhotell för olika utomparlamentariska organisationer.³²

En liknande funktion fyller den anarkistiska nättidskriften Yelah, även om tyngdpunkten på publicering av anarkistiska texter där är större. Yelah är också en mer etablerad tidning, vilket visar sig bl a i att den citeras återkommande i bredare medier och att den finns med som en av källorna i den elektroniska omvärldsbevakningstjänsten Agent25.³³

Ett tredje exempel på nyhetsforum för de utomparlamentariska grupperna är nätverket Indymedia, som finns representerat i över 20 länder. Indymedias svenska representanter beskriver verksamheten på följande sätt:

³¹ Se tex <http://afa-stockholm.antifa.net/> , <http://www.animalliberation.net/sweden/> eller <http://www.ainfos.ca/sv/>

³² <http://www.motkraft.net/>

³³ <http://www.yelah.net>

*Indymedia är ett internationellt nätverk av mediaorganisationer och hundratals journalister, som erbjuder aktivistbaserad, icke-kommersiell nyhetsbevakning. Indymedia är en demokratisk nyhetskanal för skapandet av radikal, sanningsenlig och passionerad beskrivning av verkligheten.*³⁴

Via dessa nyhetstjänster kan såväl militanta aktivister som mer fredliga sympatisörer få information om vad som sker, läsa politiska texter mm. Informationsportalen Vegan.nu fyller ett liknande behov för djurrättsrörelsen – den knyter ihop rörelsens mer militanta delar med allmänna sympatisörer.

Vid sidan av dessa informationstjänster finns ett stort antal Internetbaserade tidningar som t ex Folkmakt, Direkt Aktion, Brand, Miljöaktivisten m fl.

Dessutom jobbar många av grupperna aktivt med egen mediebearbetning. Även de mest militanta organisationerna är noga med att på sina webbsajter lägga ut pressmeddelanden om olika aktioner, pressbilder för nedladdning, frågor- och svar-dokument, faktasammanställningar och annat som journalister kan ha nytta av.

Djurens Befrielsefront (DBF) har till och med en särskild stödgrupp som ägnar sig åt att förmedla kontakt mellan journalister och personer som i massmedierna kan försvara olagliga aktioner, och förse journalister med bilder tagna under aktionerna.³⁵

Allra mest professionella i sitt arbete gentemot massmedierna är förstås de mer etablerade organisationerna, som har anställda medarbetare för detta ändamål. Attac har en omfattande pressdel på sin webbsajt, där journalister kan hämta pressmeddelanden och andra Attactexter.³⁶

Aktivisterna är uppvuxna i mediasamhället, och har anammat dess arbetsmetoder. Dessutom har de ofta mycket små resurser, vilket gör att de måste jobba med metoder som ger snabb och stor uppmärksamhet till en låg kostnad - t ex PR-aktiviteter av olika slag.

³⁴ <http://sweden.indymedia.org/>

³⁵ <http://www.animalliberation.net/sweden/info/media.html>

³⁶ <http://www.attac.nu/>

En på många sätt än mer etablerad och medialt professionell organisation är Förbundet Djurens Rätt (tidigare Nordiska Samfundet Mot Plågsamma Djurförsök), som de senaste åren upplevt ett kraftigt uppsving.

I augusti visades dess bioreklam mot kosmetikatester på djur, där man (enligt egen utsago) "snor kosmetikajätten L'Oreals payoff". I filmen medverkar bl a skådespelerskan Andie MacDowell, och den avslutas med uppmaningen "För det är jag värd".³⁷

Företaget L'Oreal, vars payoff är "Because I'm worth it", uppger i tidningen Resumé att det känner sig orättvist utpekad men förefaller inte ha några planer på att stämma Djurens rätt.³⁸

7. Kommunikativa utmaningar

Det är inte självklart vilken betydelse dessa grupper kommer att få på längre sikt. Mycket talar för att den sakpolitiska betydelsen inte bör överskattas.

Att unga människors samhällsengagemang uttrycks i revolutionära paroller behöver inte betyda att en revolutionär politik är att vänta i framtiden.

På motsvarande sätt har den svenska 70-talsvänsterns framgångar ju inte lett till genomförandet av revolution i Sverige, men däremot sannolikt påverkat politiken på ett annat sätt – underbyggt socialdemokratins unikt starka ställning i vårt land. Påverkan kan ske på olika sätt, formerna måste inte vara de samma.

Kanske är det istället på ett annat plan än det rent politiska den nya vänstern kan förväntas ha störst långsiktig betydelse: synen på storföretag och de krav som riktas mot storföretagens verksamhet. Den kommunikativa utmaningen är på många sätt viktigare än den politiska. Här finns skäl för de stora företagen att förbereda sig väl.

Att som företag kommunicera med eller med dessa grupper eller med anledning av deras aktiviteter kräver noggranna förberedelser och ställer speciella krav. Hur kommunikationen ska utformas är givetvis en fråga för det enskilda företaget. Risker måste bedömas

³⁷ <http://www.djurensratt.org/>

³⁸ <http://www.resume.se/artiklar/index.asp?ArticleId=6088>

från fall till fall och bör naturligtvis inte överdrivas. Men utifrån vår studie finns skäl till ett antal generella reflektioner.

David och Goliat

Det företag vars verksamhet ifrågasätts av den nya vänstern eller utsätts för sabotage eller andra aktioner av liknande grupper, befinner sig i en uppenbar David-mot-Goliat-situation.

Även om företaget är offer i sammanhanget, torde det i de flesta sammanhang vara svårt att inför allmänheten uppfattas som sådant.

Aktivisterna är få, agerar helt ideellt, saknar etablerade kanaler till etalissemanget och agerar mycket småskaligt och decentraliserat. Företaget är stort, har väl upparbetade kontakter med media, myndigheter etc samt agerar storskaligt och centralt.

Att företaget är stort och resursstarkt kommer av aktivisterna dessutom att användas som argument i debatten. "Vad är väl några saboterade maskiner jämfört med lidandet hos alla de människor som..."

Även om den skada aktivisterna kan tillfoga företaget är mycket stor – både vad gäller den faktiska verksamheten och mot företagets varumärke – kommer det i många fall att vara svårt att få sympati i den allmänna debatten.

Förenklat uttryckt är få människor beredda att tycka synd om ett stort företag, även om detta utsatts för betydande skada.

Det företag som råkar ut för aktioner av detta slag, måste därför på ett tydligt och pedagogiskt sätt kunna förklara vilken typ av skada man drabbas av. Den massmediala logiken ger aktivisterna ett försprång som företaget måste se till att uppväga.

Professionella och okonventionella kommunikatörer

Många av de organisationer vi studerat agerar mycket planerat och professionellt i sin kommunikation. De är väl medvetna om att det massmediala genomslaget avgör huruvida de kommer att nå sina (del)mål.

Även de mest spektakulära illegala aktionerna åtföljs av ett mer eller mindre omfattande pressmaterial, där de personer som deltog

kommenterar vad de gjort och varför. Ofta kompletteras materialet med bilder, omfattande faktaunderlag som anses motivera aktionens genomförande mm.

De unga människor som medverkar i aktionerna är förvisso inga heltidsanställda informatörer eller PR-konsulter. Men de är människor uppvuxna i mediasamhället, djupt engagerade i opinionsbildning och politisk debatt.

Det innebär att det företag som känner sig utsatt för aktioner från denna typ av grupper, gör klokt i att betrakta dem som professionella kommunikatörer. Det är alls inga amatörer på det massmediala området.

Samtidigt är aktivisterna – även ur ett medialt perspektiv – mycket okonventionella.

De kommer ofta att argumentera mer drastiskt, vara mer offensiva och oftare bryta mot massmediernas oskrivna regler än vad andra aktörer skulle göra.

Många organisationer är också skickliga på att lyfta fram just de inslag av hemlighetsmakeri och mystik som omger illegal verksamhet – och som har en betydande medial potential.

Att möta denna typ av organisationer i debatten ställer därför mycket höga krav på företagets kommunikativa förmåga.

Ett rörligt mål

Ett utmärkande drag hos dessa organisationer är att de är mycket lösligt organiserade. Arbetet utförs i små, spontant sammansatta grupper, och ofta existerar en viss grupp bara när själva aktionen utförs, för att sedan upplösas.

Detta ställer också krav på de företag som riskerar att utsättas för aktioner eller protester. Att föra debatt med de grupper som är ansvariga är ofta inte möjligt. Många gånger kan heller inte någon organisations företrädare ställas till svars för vad organisationen gjort eller sagt tidigare. Det är ett mycket rörligt mål.

I de fall då aktionsgruppens kritik i viss utsträckning stöds av mer traditionellt organiserade och mindre militanta grupper – politiska ungdomsförbund, fackförbund etc – kan debatten föras med dessa representanter i stället.

Men i många fall kan det företag som utsätts för kritik eller direkta aktioner av en aktivistgrupp stå helt utan motståndare i den offentliga debatt som följer aktionerna.

Den lösligare organiseringen gör det både viktigare och svårare för företag att hålla ett öga på de organisationer som utgör ett potentiellt hot.

Extremister och vanliga kunder

De människor som sympatiserar med den nya vänsterns organisationer är ingalunda alla extremister, redo att begå illegala handlingar för att driva igenom sin vilja.

Kännetecknande för den nya vänstern är i stället att den består av en blandning av allt från mycket militanta illegala aktionsgrupper till breda folkrörelser med ett mycket allmänt hållet program.

Bland de människor som går med i en demonstration där krav framförs bl a mot enskilda företags sätt att agera finns m a o såväl militanta proffsdemonstranter som alldeles vanliga kunder till företaget i fråga.

Alla sympatiserar de med samma grundståndpunkt, men graden och typen av engagemang varierar. Kärnan kanske utgörs av fredliga folkrörelser, men i utkanten finns militanta aktionsgrupper, fullt beredda att bränna ned enskilda företags anläggningar för att protestera mot verksamheten.

Denna blandning av extremister och vanliga medborgare är en viktig förklaring till den nya vänsterns framgångar.

Ett tydligt exempel är djurhållningsfrågan. Mycket få människor tycker i grunden att det är rimligt att, som Djurens Befrielsefront, släppa ut minkar från minkfarmer eller sabotera slakterianläggningar.

Däremot känner många människor ett obehag inför hur djur behandlas i bl a jordbruk, slakterier och pälsindustri. De militanta aktionerna blir ett effektivt sätt att uppmärksamma kritiken mot djurens villkor och de sakförhållanden som kritiseras.

De mindre militanta organisationerna lockar sedan stora mängder medlemmar, som allmänt sympatiserar med saken, men ogillar metoderna hos de militanta.

På detta sätt påverkar aktivisterna också politiken. Både ung vänster och miljöpartiet lånar retorik från den utomparlamentariska vänstern. På Ung Vänsters webbplats används attacks slagord: *En annan värld är möjlig*. Och på miljöpartiets webbplats kan den som vill hämta hem veganrecept eller läsa om djurens rättigheter. Göran Perssons och Margareta Winbergs uttalanden om vegetarisk mat respektive pälsdjursuppfödning är inget stöd för illegala sabotageaktioner – men de hade knappast varit möjliga utan sådana aktioner.

Konsumentdriven aktivism

De nya vänsterorganisationerna är ofta starkt kritiska till konsumtionssamhället och den fria konkurrensen. Det hindrar dock inte att de även använder just marknadsekonomins verktyg för att bekämpa sina fiender.

För många av grupperna är en viktig väg till förändring av samhället att enskilda människor vägrar stödja de företag som uppfattas agera omoraliskt.

Det är särskilt tydligt hos djurrättsrörelsen, där bojkotter av företag associerade med olika former av djurförtryck är vanliga. Men även andra grupper tillämpar sådana metoder, vilket visar sig i uppmaning till bojkotter av företag som Nike, Coca-Cola, McDonalds, IKEA, H&M och många andra.

I praktiken kan därför den främsta utmaningen mot svenska storföretag ligga i sådana bojkotter, snarare än i militanta grupperns aktioner i sig. Politiskt motiverade aktioner drivna av idéer långt ut på vänsterkanten kan i praktiken resultera i en konsumentdriven aktivism – där de politiska inslagen är färre och mindre framträdande men som engagerar desto fler.

Det går därför inte på något enkelt sätt att skilja mellan å ena sidan militanta aktioner och å den andra vanliga konsumentprotester. De båda formerna flyter i stället in i varandra och bidrar båda till en mycket krävande miljö för många svenska storföretag.

8. Företag möter aktivister – några exempel

Det finns intressanta lärdomar att dra av hur olika storföretag agerat när de konfronterats med kritik från aktivister av olika slag. Nedan redovisas tre sådana exempel: Ikea, Levi Strauss & co och Lundin Oil.

Syftet är inte att utvärdera enskilda företags övergripande policy i dessa frågor, en sådan utvärdering går utöver syftet med denna analys. Vi vill endast ge några exempel på olika sätt att bemöta denna typ av kritik – exempel som kan inspirera till efterföljd eller kanske avskräcka.

Ikea: att bygga trovärdiga allianser

Ikea är ett globalt storföretag som marknadsför samma produktsortiment i hela världen. Nästan hela produktionen är förlagd till fattiga utvecklingsländer. Ändå har Ikea undgått kritik från den utomparlamentariska vänstern. Detta är långt ifrån en slump. Det ligger av allt att döma mycket hårt arbete bakom Ikeas goda rykte.

1994 sändes dokumentärfilmen *Mattan* i svensk TV. Filmen visade att skuldslaveri och barnarbete förekom i några av de pakistanska fabriker från vilka Ikea köpte sina mattor. Filmen väckte stor uppmärksamhet i svenska massmedier.

På Ikea var frågan om leverantörernas arbetsförhållanden ny, men den togs på största alvar. Den ansvarige inköpschefen fick omedelbart fria händer att ta sig an problematiken. Detta tydliggjordes också omedelbart i företagets kommunikation.

I början av -90 talet riktades också kritik mot att Ikea använde ädelträ i produktionen, vilket ansågs bidra till skövlingen av regnskogen. Även i detta fall agerade företaget på liknande sätt – snabbt, och med stort allvar.

En viktig komponent i Ikeas sätt att bemöta kritik av detta slag är att på ett tidigt stadium ingå allianser med trovärdiga och kunniga organisationer på respektive område.

I dag samarbetar Ikea med: World resource institute, UNICEF, Rädda barnen, Stiftelsen Så ett frö och BRIS. Organisationerna tillför kunskap och goda råd – och stärker Ikeas trovärdighet på området.

Utifrån denna starka position har ett antal konkreta åtgärder vidtagits:

- Arbetsgrupper reser till leverantörer i utvecklingsländer för att studera kultur, arbetsförhållanden och arbetsmetoder på plats.
- Efter rykten om barnarbetare vid några av Ikea anlitade fabriker i norra Indien, satsade företaget tillsammans med UNICEF och Rädda Barnen på ett projekt för att underlätta levnadsförhållandena för kvinnor och barn i regionen.
- Ikea garanterar i dag att det ädelträ som används i produktionen är odlat och därför inte påverkar beståndet av regnskog.
- Ikea har infört en uppförandekod som alla leverantörer måste följa. Koden inkluderar arbetsförhållanden, barnarbete, miljöfrågor och skogsskövling.
- Ikea har inrättat en uppföljningsorganisation för frågor om mänskliga rättigheter. Denna utvärderar hur uppförandekoderna följs och rapporterar direkt till koncernchefen.

Levi Strauss & co: att reagera tidigt

Levis är ett av världens största tekoföretag. Underleverantörerna finns i 50 – 60 länder runt om i världen. Flera av dessa är mycket fattiga, några är diktaturer. Dessutom är Levis ett amerikanskt företag, en viktig symbol för amerikansk livsstil. Detta gör Levis till ett mycket tacksamt offer för aktivister av olika slag.

Ändå har Levis i allt väsentligt undgått bojkotter och andra aktioner. En viktig förklaring är att Levis på ett mycket tidigt stadium tog den kritik som riktades mot företaget på stort allvar.

Levis var det första internationella företaget i världen som antog en uppförandekod. Uppgifter hade läckt ut om att slavliknande arbetskontrakt förekom i några av leverantörernas fabriker. Levis förstod att uppgifterna inte kunde ignoreras och antog 1992 uppförandekoden *Levi Strauss terms of engagement*, och lokala ledare utsågs för att övervaka att den följdes.

Genom att reagera tidigt och ta kritiken på allvar lyckades företaget minska sin sårbarhet för framtida kritik. Om man i stället låtit exemplen på missförhållanden bli fler utan att man reagerat, hade företagets position blivit betydligt mer utsatt.

Levis har löpande arbetat med att förbättra arbetsförhållandena i underleverantörernas fabriker. Metoden har varit att knyta allianser mellan företaget, underleverantören och lokala intresseorganisationer.

Projektgrupper har bildats för att de tre intressenterna ska komma överens om hur arbetsförhållandena och verksamheten kan förbättras.

Lundin Oil – att tydliggöra fakta

Det svenska oljeprospekteringsföretaget Lundin Oil utsattes för svidande kritik under våren och sommaren.³⁹ Den kristna hjälporganisationen Christian aid anklagade Lundin Oil för att förvärra konflikten i Sudan genom sin oljeproduktion i landet.

Enligt den rapport som Christian aid presenterade hade regimens militär fördrivit tiotusentals människor från det område där Lundin Oil funnit olja. Och när Lundin ville bygga en väg till området brändes byar, och regimens militära styrkor fördrev de människor som bodde i området.

I en av de första kommentarerna från Lundin Oil hävdade presschefen Maria Hamilton att rapporten stred mot företagets egna uppgifter och att rapporten inte var helt säker. Företaget valde att omedelbart förneka påståendena. Inledningsvis resulterade detta i en mycket besvärlig debatt.

Lundin Oil hade inga andra uppgifter att peka på som stöd för sin bedömning, utan ord stod mot ord. Ett oljeprospekteringsföretags ord väger sällan särskilt tungt gentemot en kristen hjälporganisation.

Det var först ett par månader senare företagets beskrivning kunde underbyggas med tydliga fakta. Lundin Oil finansierade en dokumentärfilm om kriget i Sudan, gjord av Bengt Nilsson, frilansjournalist som arbetat mycket i Sudan.

³⁹ Lundin Oil såldes senare till kanadensiska Talisman.

Även om dokumentärfilmen bitvis ifrågasattes, bidrog den med stöd för företagets linje. Företaget kunde peka på egna fakta. Än tyngre blev Lundin Oils faktaunderlag när företaget i maj, två månader efter den första kritiken, presenterade ett 25-sidigt dokument om förhållandena i Sudan och verksamheten där.⁴⁰

Ett annat tydligt inslag i Lundin Oils agerande är att företaget redan på ett tidigt stadium stod fast vid att det gjorde en god insats i det krigshärjade Sudan. Även om företaget inledningsvis hade ont om fakta att peka på för att ifrågasätta kritiken, var man mycket tydlig i sin ståndpunkt: Vi ber inte om ursäkt för att vi verkar i Sudan.

I en intervju i Dagens Industri uttryckte företagets grundare Adolf Lundin sin besvikelse över kritiken.

Det känns lite konstigt eftersom vi i grunden gör ett så bra och konstruktivt arbete i Sudan. Jag tror att oljeindustrin är extremt viktig för landet. Men vi tar anklagelserna allvarligt och undersöker så noga vi kan. Vi har varit där i tio år, vi känner landet väl och har många skickliga anställda som inte har sett något av det som har framkommit i kritiken, säger han.⁴¹

Det är svårt att säga vilka konsekvenser den negativa uppmärksamheten kring Lundin Oils Sudanverksamhet har inneburit för företaget. Expressen hävdade i en artikel i mars i år att skriverierna kostat Adolf Lundin över 120 miljoner kronor i förlorat börsvärde.⁴² Huruvida börsfallet utgjort ett långsiktigt problem för företaget är dock svårt att avgöra. Lundin Oil är ett högriskbolag. Den massmediala uppmärksamheten kan ha medfört att aktien i ännu högre utsträckning uppfattas som en högriskinvestering. I dag är Lundin Oil sålt till bolaget Talisman energy AB. Tillgångarna i Sudan och Ryssland överfördes samtidigt till det nya bolaget Lundin Petroleum AB.

⁴⁰ Dagens Nyheter 2001-05-16

⁴¹ Dagens Industri 2001-03-22

⁴² Expressen 2001-03-22

Hennes & Mauritz – att skaffa sig kunskap

I april i år anklagade Aftonbladet Hennes & Mauritz för att utnyttja slavarbetare i textilfabrikerna i Asien. Hennes & Mauritz har tidigare blivit utsatt för svidande kritik i massmedierna. Sedan 1997 har företaget en uppförandekod som ska garantera att leverantörerna har humana arbetsvillkor och att barn- och slavarbete inte förekommer i fabrikerna. Ett 30-tal personer kontrollerar att uppförandekoden följs.

Aftonbladets anklagelser kunde snabbt dementeras. På Hennes & Mauritz kunde miljö- och kvalitetschefen Ingrid Schullström omedelbart konstatera att företaget aldrig gjort affärer med fyra av de fem utpekade fabrikerna. Och den femte hade Inger Schullström, till skillnad från reportern, själv besökt och hon visste med säkerhet att uppgifterna om slavarbete inte stämde överens med verkligheten.⁴³ Dagen därpå tvingades Aftonbladet ta tillbaka de felaktiga anklagelserna mot Hennes & Mauritz.

Detta fall visar vikten av att ha kunskap om underleverantörerna och deras produktionsmetoder. Genom att omedelbart kunna tillbakavisa de felaktiga uppgifterna och hålla sig till dessa fakta kunde företaget undvika en kris.

8. Checklistor

Är ditt företag i skottgluggen?

Vilka företag som kommer att utsättas för kritik av olika typer av aktivistgrupper är förstås mycket svårt att säga på förhand. Hur stora riskerna är måste bedömas från fall till fall, men det finns ett antal faktorer som har betydelse, faktorer man som företag bör tänka igenom.

Nedanstående checklista ger exempel på sådana faktorer. Risken får givetvis bedömas från fall till fall, men vi tror att följande är några av de aspekter som avgör risken:

⁴³ Veckans affärer 2001-06-25

| Frågeställning | Svar |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| Är er verksamhet kontroversiell? | |
| Används ni ibland som exempel i aktivistkretsar? | |
| Är verksamheten global? | |
| Bedrivs verksamheten (delvis) i u-länder? | |
| Används djurprodukter i produktionen eller testas produkterna på djur? | |
| Är er marknadsföring kontroversiell? | |
| Är er verksamhet/bransch föremål för politisk reglering eller politisk debatt? | |
| Är ni störst i branschen? | |
| Är era produkter konsumentprodukter, eller finns en tydlig konsumentkoppling? | |
| Är ni en medial symbol för något som kan kritiseras? | |
| Finns bra substitut för era produkter? | |
| Hur ser ägarsituationen ut? Är era ägare kontroversiella? | |
| Har ni goda relationer med de fackliga organisationerna? | |
| Har ni goda relationer med ideella organisationer av olika slag? | |

Hur kan du skydda dig?

Om kritik av detta slag framförs, eller företaget utsätts för direkta aktioner, är det lätt att bli överraskad och chockad. Och man kan givetvis aldrig veta exakt om och när man kommer att drabbas.

Men det går att bygga upp en beredskap – för att förebygga problem och förhoppningsvis i tid upptäcka om företaget utses till måltavla. Nedanstående checklista innehåller några sådana förberedelser som företaget kan genomföra, på egen hand eller tillsammans med samarbetspartners och underleverantörer:

| Vad kan göras? | ✓ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Bevaka och analysera debatten i aktivistkretsar. | |
| Analysera företagets mediebild ur aktivistperspektiv. | |
| Analysera företagets varumärke och verksamhet ur aktivistperspektiv | |
| Inventera den egna verksamheten: Finns missförhållanden? Åtgärda dem! | |
| Inventera underleverantörerna: Finns missförhållanden? Åtgärda dem! | |
| Ta fram en policy för hur er och underleverantörernas verksamhet ska bedrivas. Sprid den! | |
| Se till att företagets historia, mål och vision är kända och förankrade internt. | |
| Ta fram förebyggande faktaunderlag, som sakligt beskriver läget på eventuella utsatta områden. | |
| Ta fram en policy för hur ni ska hantera kritik av detta slag. | |
| Ta fram en plan för kriskommunikation i denna typ av frågor. | |
| Bygg i förväg allianser med kompetenta och trovärdiga organisationer i er omvärld. | |

42 (43) Några kommunikativa slutsatser

De kommunikativa lösningarna på de i rapporten beskrivna utmaningarna måste som vi konstaterade i förordet givetvis appliceras utifrån företags specifika förutsättningar, behov och situation. Prime har dock tagit fram ett par översiktliga kommunikativa slutsatser om hur man som företag kan förbereda sig på den nya vänsterns kommunikativa utmaning och vad man översiktligt kan göra om man drabbats.

Innan det har hänt...

Varifrån kommer eventuella hot - är verksamheten kontroversiell på något sätt? Är bilden av verksamheten kontroversiell?

- Produkterna/tjänsterna
- Varumärket
- Marknadsföringen
- Värderingar
- Företrädare
- Allianser
- Branschen

Vilka grupper är det som anser att vår verksamhet är kontroversiell?

- AFA
- Globalisering underifrån
- Ya Basta, De vita overallerna
- Djurens befrielsefront, DBF
- Attac
- Socialekologisk aktion SEA
- Motkraft
- Syndikalistiska ungdomsförbundet
- Adbusters

Vad har de för ståndpunkter?

- Skaffa er grundläggande kunskap om dessa organisationer och hur de står i frågan.
- Bevaka vid behov dessa organisationer löpande – vad är deras kalendarium, mötesplatser?
- Mediebevaka löpande dessa frågor och den debatt som finns kring dessa organisationer.

Kan en eventuell framtida aktion mot den kontroversiella verksamheten skapa/inspirera/förstärka en värderingstrend?

- Kommer man få stöd från etablerade organisationer (politiska organisationer, konsumentrörelser eller regering och riksdag)?

43 (43) *Finns de flera som delar vår problembild?*

- Etablera kontakt genom befintliga branschorganisationer, handels – och köpmannaföreningar osv.

Omsätt kunskapen i en krisförberedelse

- Ta fram en krisplan för tänkbara scenarion
- Kristräna alla eventuella inblandade (VD, säkerhetschef, personal osv)
- Identifiera och upprätta kontakt med myndigheter i förväg
- Förbered mediala och interna talespersoner

Aktivera krisorganisationen

- Vidta åtgärder internt och externt enligt krisplan

När man har drabbats...

Undvik att hamna i "David och Goliat" läge

- Ifrågasätt om det rätt att uttala sig
- Rätt talesperson (slipsman vs kassörskan)
- Välj rätt miljö (hellre framför krossat glas än under kristallkronor på huvudkontor)
- Visa skadan tydligt

Skriv historien själv om händelseförloppet

- Undvik att leva upp till myterna
- Sätt in händelserna i ett större sammanhang
- Peka på långtgående effekter på den lilla enheten (kontoret, affären, macken)
- Peka på vilka grundläggande värden i ett demokratiskt samhälle som aktivisterna ifrågasätter

Minimera smittoeffekter

- Försök isolera effekterna till det extrema
- Proaktiv kommunikation till kunderna och andra viktiga intressenter

Om det uppstår en samhällsdebatt - skapa allianser med andra drabbade

- Gemensam front i en allmän debatt och i mediedebatt
- Utkräv ansvar gemensamt
- Samma syn på ersättningskrav