

ALLA SKA MED

En guide till inkluderande kommunikation
Tredje upplagan



Länsstyrelsen
Skåne

Innehåll

Förord	
1. Belysande exempel	4
2. Kommunikation påverkar och utmanar	7
3. Kommuniera inkluderande	9
4. Bildspråk	12
5. Text, ord & uttryck	19
6. Intervjuer och enkäter	27
7. Tillgänglighet	29
8. Checklistor	30

Längst bak i guiden finns checklistor som underlättar för dig att kommunicera inkluderande.

Förord

Den här guiden vänder sig till dig som vill ha hjälp att se och utmana fördomar och nå nya höjder med din kommunikation.

En guide för att kommunicera inkluderande

Inkluderande kommunikation handlar om att använda jämställdhet och jämlikhet som utgångspunkt för hur vi ser och framställer människor. Alla människor har rätt att beskrivas och porträtteras utan att producera och förstärka fördomar och normer.

I samma takt som vårt språk och vårt bildspråk utvecklas, förändras även vår kunskap om hur vi genom kommunikation påverkar hur vi ser på människor. Något vi trodde var jättebra för några år sedan har vi nu insett inte är lika bra, utan kanske till och med är kränkande.

Ibland känns det som en djungel när man vill göra rätt. Kanske för att frågor om jämlikhet och jämställdhet väcker många och starka känslor. Kanske för att vi alla blir berörda, för att vi kan relatera och känna igen oss, oavsett vem vi identifierar

oss som. Kanske för att vi är rädda för att falla in i gamla mönster och kränka andra människor.

Den här guiden är en karta i djungeln som ger dig möjlighet att utveckla dig själv, hantera förändring, ifrågasätta, problematisera och se världen med nya ögon.

Målet med guiden är att skapa förståelse och kunskap om inkluderande kommunikation för att:

- framställa människor med respekt, värdighet och på lika villkor i text och bild,
- spegla samhället och visa på de oändliga variationer som finns,
- visa att alla har en naturlig plats i samhället och får ta plats i det offentliga,
- genom goda exempel förmedla hur vi vill att verkligheten ska se ut och visa vad som är möjligt.

Länsstyrelsens uppdrag för ett mer jämställt Skåne

Länsstyrelsen Skåne arbetar på regeringens uppdrag för att öka jämställdheten i Skåne. Ett sätt att göra det på är att utmana, ifrågasätta och synliggöra könsroller och strukturer. Också i vår kommunikation.

Cornelia Björklund för Länsstyrelsen Skåne

1. Belysande exempel

Bildspråk

Reklam påverkar oss och det är lätt att vi tar efter dess bildspråk när vi ska välja bilder eller ta bilder själv. Grundstenen i reklam är att den måste stå ut från all annan information. Detta gör att den ofta tänjer på våra gränser, spelar på igenkänning och sex för att skapa attraktion.

Kvinnor, män, flickor och pojkar framställs ofta könsstereotyp och sexistiskt i reklam. Reklam är därför tacksamt att använda som exempel när vi gör bildspråksanalyser. Reklambilder kan tyckas extrema men de får oss att se hur små detaljer kan sända starka signaler. Det spelar också roll vad som visas och inte visas i reklam. Ett exempel är IKEAs katalog som nu har människor med olika hudfärg och både hetero- och homosexuella par. De har däremot inga människor med synliga funktionsnedsättningar.

Genom att exkludera vissa grupper, skapas en snäv norm av hur ett "normalt" samhälle ser ut.

Exempel på exkluderande reklam:

- Ett apotek gjorde reklam för hudvårdsprodukter för alla hudtyper. Problemet var att alla i reklamen hade ljus hy. Liknande är problemet med hudfärgade plåster som bygger på en föreställning om att den normala hudfärgen är ljus. Då plåster inte finns i flera olika hudnyanser signalerar detta att dessa nyanser inte är "riktiga".
- En klädkedja, gjorde underklädesreklam för alla kroppsformer, men reklambilderna visade enbart ljushyade och smala kvinnokroppar. Problemet är att vi får uppfattningen att kroppar som inte är smala och ljushyade inte är en del av vår uppfattning av "alla kroppsformer", utan blir något onormalt.
- Ett resebolag gjorde flera reklamfilmer där alla par var heterosexuella och alla familjer var typiska kärnfamiljer. Ingen film inkluderade människor med någon annan hudfärg än ljus eller annan etnisk tillhörighet än stereotypen "västerländsk", samkönade par eller ensamstående föräldrar med barn.

”SMÅ DETALJER KAN SÄNDA STARKA SIGNALER”

Hockeyspelaren Lina Andersson

Betydelsen av samverkan mellan olika komponenter i bilder är lättast att visa genom exempel. En artikel skrevs om en tjej, Lina Andersson 14 år, som spelar i ett killhockeylag och som alltid har gjort detta. Bilden till artikeln var tagen i omklädningsrummet med hela laget samlat.

Alla killar på bilden hade på sig skridskor, skydd och mundering medan Lina hade vanliga kläder. Trots att hon var en i laget. Bilden och de kläder som Lina hade på sig gjorde henne till en outsider, att hon

”egentligen” inte hörde hemma i laget, trots att hon alltid hade varit en naturlig del av det.

Hon satt även för sig själv, närmast kameran där hon tittade rakt in i den och log. De andra i laget gjorde sig i ordning, ingen annan mötte betraktarens blick och hon satt bredvid. Detta gör att hon uppfattas som passiv och inte lika framåt, inte lika självklar i ett hockeylag. Hon skulle lika gärna kunna vara en flickvän, supporter eller syster.

Inför fotograferingen hade det varit lätt att be Lina att byta om eller att välja en bild när de faktiskt spelar match eller tränar. Att hon porträtteras för det hon faktiskt gör, spelar hockey.

“KÄRRINGSTOPP” “DUKTIG FLICKA”

Laddade ord och uttryck

Innebörden hos olika uttryck kan variera över tid och kontext. Därför kan ett ord vara neutralt vid ett tillfälle och i nästa vara kränkande och förnedrande. Fundera över vad ord och begrepp som vi använder, egentligen betyder.

Ett exempel är ordet *kärringstopp*. Egentligen heter det motorstopp och oavsett om du är man, kvinna, barn, pensionär eller utomjording så kan du få motorstopp. Uttrycket *kärringstopp* signalerar att motorstopp är något kvinnor, ofta äldre råkar ut för. I relation handlar det om att det finns en mängd fördomar om att kvinnor inte är tekniska och förstår och kan hantera teknik. Att få motorstopp är pinsamt och har lagt grunden till behovet av ett nedvärderande uttryck.

Duktig flicka är ett liknande uttryck. Det signalerar något negativt, något man inte vill vara. Egentligen, om vi analyserar uttrycket, så betyder det en ambitiös person. Det vill vi vara. Vi vill vara drivna, handlingskraftiga och ansvarstagande. Men här har ordet flicka gjort att innebörden blivit negativ. Något vi inte vill nå upp till. En person som gör FÖR mycket, som inte kan balansera livet, arbetet, skolan, vänner, fritid och familj. Egentligen är det ett uttryck som signalerar att flickor inte ska försöka, kämpa eller vilja för mycket.

Uttrycket innebär även att killar och pojkar inte omfattas av uttryckets betydelse. Det finns inget motsvarande uttryck för pojkar och män som är “för duktiga”. Men i verkligheten kan både pojkar och män vara ambitiösa och drivna i skolan. Uttrycket “duktig flicka” skapar på så vis en kollektiv föreställning att pojkar inte ska vara duktiga.

2. Kommunikation påverkar och utmanar

Allt vi kommunicerar i text och bild tas emot och tolkas av andra som filtrerar informationen utifrån sina egna erfarenheter, möjligheter och föreställningar.

När vi kommunicerar skapar vi olika uppfattningar och föreställningar om människor - deras identiteter och bakgrunder. Dessa uppfattningar har inflytande på vilken faktisk makt som människor får i praktiken. Texter och bilder fungerar som pusselbitar som bygger upp vårt kollektiva medvetande och skapar gränser, ramar och strukturer för vad som är accepterat och inte accepterat. Att kommunicera jämställt är därför ett sätt att skapa en jämställd verklighet. Detta är grunden till att kommunikation har ett starkt inflytande på allt vi gör.

Kommunikation kan spegla, förstärka och rättfärdiga hur verkligheten ser ut men även utmana den. Genom att vända på våra perspektiv, ifrågasätta, byta ut identiteter och tänka tvärtom, skapar vi en motvikt som fungerar som en alternativ verklighet. Det behövs positiva exempel som lyser upp vägen och vårt mål.

Att kommunicera innebär makten att påverka samhället och ska därför ses som en tillgång i arbetet för lika rättigheter och möjligheter, jämlikhet och jämställdhet.

Innan du börjar kommunicera är det viktigt att fundera över:

Vem är jag?

När vi kommunicerar utgår vi först och främst från oss själva där vi bär med oss olika erfarenheter och föreställningar. Detta påverkar vår kommunikation. I bilder har vi exempelvis en tendens att använda människor som liknar oss själva och i text använder vi egna erfarenheter som utgångspunkt. För att kommunicera inkluderande är det därför viktigt att veta vem man själv är, reflektera och använda det som en motsatt referenspunkt. Det gör att vi kan röra oss utanför de ramar som vi brukar hålla oss inom och se nya möjligheter.

“FUNDERA ÖVER VILKA FÖRDOMAR OCH ANTAGANDEN SOM STYR HUR VI SER PÅ OLIKA MÅLGRUPPER”

Vem är min målgrupp?

Samtidigt gäller det att fundera över vem vi vill nå när vi kommunicerar. Fundera över vilka fördomar och antaganden som styr hur vi ser på olika målgrupper. Alla unga har inte Snapchat och äldre människors intressen är mer komplexa än de ämnen som en veckotidning tar upp.

Vilket är mitt budskap?

Reflektera över vad du vill säga och vad du vill uppnå, vilken effekt du vill att ditt budskap ska få. Budskap uppfattas olika beroende på målgruppen och vilka erfarenheter och vilken kunskap den har.

3. Kommunícera inkluderande

Att kommunicera inkluderande innebär att uppmärksamma att vår värld består av en mängd olika människor, och att spegla denna verklighet. Målet är att genom text och bilder skapa ett nytt kollektivt medvetande där vi delar värderingar och uppfattningar om att människor ska framställas på lika villkor och på ett värdigt sätt.

Genom inkluderande kommunikation bryter vi oönskade normer, fördomar och stereotyper, det vill säga osynliga regler som bygger upp vårt samhälle och bestämmer vad vi uppfattar som "normalt". Dessa speglar sällan vår verklighet utan bestämmer vem som är "vi" och "dom". Här läggs grunden för vem som har makt och hur mycket makt olika grupper får.

För att kommunicera inkluderande ska följande identitetsfaktorer och diskrimineringsgrunder uppmärksammas:

- Kön
- Könsöverskridande identitet eller -uttryck
- Etnisk tillhörighet
- Religion eller annan trosuppfattning
- Funktionsnedsättning
- Sexuell läggning
- Ålder
- Klass – samhällsställning, samhällsstatus och socioekonomisk bakgrund

Viktigt att tänka på när du väljer bilder och uttryck är att människor både kan tillhöra och avvika från normen samtidigt. Detta beror på att människors identitet byggs upp av de olika identitetsfaktorerna.

Människor identifierar sig på olika sätt, olika mycket och i olika sammanhang. Med andra ord, ibland spelar etnisk tillhörighet större roll, ibland ålder, ibland sexuell läggning. Ibland kan du vara diskriminerad utifrån en identitetsfaktor men inte en annan.

Att kommunicera jämställt

Oavsett självvald identitet identifieras du av din omgivning som antingen kvinna eller man. Jämställdhet betyder att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter i livet.

Jämställd kommunikation handlar om att framställa människor utan att ta utgångspunkt i kön och stereotyper vad könet står för.

För att åskådliggöra detta är det nästan lättast att förklara vad jämställd kommunikation inte är.

Trots att utvecklingen av mångfald och jämställdhet i samhället går framåt ser vi fortfarande att kvinnor och män framställs på olika sätt. Kvinnor och män skildras ofta som varandras motpoler trots att detta inte har någon förankring i verkligheten.

Skillnaderna som skapas bygger på föreställningar om vad som anses typiskt kvinnligt och manligt. De manliga egenskaperna har värderats och socialt konstruerats som viktiga och mer eftertraktade än de kvinnliga egenskaperna. Traditionellt har de kvinnliga egenskaperna värderats och socialt konstruerats som mindre värda och de manliga som viktiga och eftertraktade.

Exempel på bekönade egenskaper:

Kvinnligt

Mjuk
Varm
Kärleksfull
Beroende
Samarbetsvillig
Lyhörd för andras behov
Ängslig
Offer

Manligt

Kraftfull
Dominerande
Aggressiv
Oberoende
Tävlingsinriktad
Individualistisk
Själsäker
Förövare

Föreställningar om vad som är kvinnliga och manliga egenskaper skapas hela tiden i olika sociala sammanhang. Med andra ord tillskrivs vi egenskaper utifrån vårt kön som vi ska leva upp till, även om dessa inte stämmer med hur vi vill vara som människa.

Därför är inte de kvinnliga och manliga egenskaperna kopplade till något fysiskt utan i stället baserat på olika föreställningar. Faktum är att det finns större variationer i egenskaper, personlighet och kroppsbyggnad inom könen än mellan könen.

Förutom egenskaper associeras kvinnor och män även med två olika områden – det privata och det offentliga. Vi associerar områden där män befinner sig med makt och positiva värden medan de områden kvinnor befinner sig i med svaghet och känslor. Dessa områden börjar luckras upp men vi kan fortfarande se hur de påverkar vilka olika miljöer som kvinnor och män brukar fotograferas i.

Kvinnor

Privat
Hemma
Biologi
Natur

Män

Offentligt
Arbetsplats
Politik
Kultur

Det är lätt att variationer som inte passar in i de fack som skapats gallras bort. På så vis skapas en ensidig och samlad bild av vad det innebär att vara kvinna och man som blir till sanning.

Resultatet av vårt text- och bildspråk är att det skapas strukturer som hindrar kvinnor från att få lika möjligheter och tillgång till makt som män. Att kommunicera jämställt bidrar till att framställa och representera kvinnor och män på lika villkor.

Att kommunicera jämlikt

För att kommunicera inkluderande behöver vi även motverka andra stereotypa föreställningar och normer om människor utifrån de andra identitetsfaktorerna utöver kön. Detta görs genom att kommunicera jämlikt. Jämlikhet innebär att alla människor har lika värde och samma rättigheter oavsett identitet och bakgrund. Genom att kommunicera jämlikt får vi en mer gedigen och heltäckande representation av alla invånare.

Att kommunicera jämlikt kan vara att låta homosexuella par representera kärnfamiljer.

Eller att låta personer med funktionsnedsättning representera idrott generellt, och inte handikappidrott. På så sätt undviker vi att skapa uppfattningar av personer som annorlunda och avvikande från "det normala".

Ojämlig verklighet och jämlik kommunikation

Inkluderande kommunikation handlar till stor del om att spegla verkligheten och att visa att den har fler variationer än alla de bilder och texter som vi dagligen bombarderas med. Men vi vill kanske inte alltid spegla verkligheten, utan istället omforma den. Speciellt om verkligheten inte är jämställd eller jämlik.

Inkluderande kommunikation kan därför handla om att "ignorera" verkligheten, att inte spegla den utan att i stället förmedla hur vi vill att den ska se ut.

I Sverige är flera yrken kvinno eller mansdominerade. Genom att lyfta fram goda exempel och förebilder kan bilder och texter användas för att bryta normer och höja statusen för olika identiteter och yrken. Det kan handla om att lyfta fram män som är förskolepedagoger eller kvinnor som är sjökaptener – för att visa att det är möjligt.

4. Bildspråk

Bilder har en inneboende makt eftersom vi uppfattar att de ger en rättvis bild av verkligheten. Hur vi uppfattar bilder och människorna i bilderna avgörs av olika komponenter som medvetet eller omedvetet påverkar oss. Bilder skapar snabbt känslor, tankar och associationer hos oss. Vi ser ett äpple, och tänker på ett teknikföretag, en viss livsstil. Vi ser en pipa, och tänker på en privatdetektiv. Vi ser en vit duva, och tänker på fred.

Att göra en bildanalys är som att lösa en gåta eller som att lägga pussel där vi steg för steg arbetar för att förstå på vilket sätt vi påverkas, vad i bilden det är som påverkar oss och vilka signaler vi sänder till vår omvärld. Genom inkluderande kommunikation har vi verktyg för att synliggöra hur vi blir påverkade av bilder men även hur vi ska använda bilder för att framställa vår omvärld med respekt och värdighet.

Bryt gamla vanor i bildvalet

Det är lätt hänt att porträttera människor på ett negativt sätt utan att vara medveten om det. Detta beror på att vi påverkas av alla de bilder som vi översköjs av i samhället och att dessa ofta följer gängse normer. För att utveckla vårt bildspråk är det viktigt att kunna identifiera konsekvenserna av de fällor som finns och misstag som vi gör.

Reflektera därför över dina bilder så att de inte:

- förminskar
- omyndigförklarar
- osynliggör
- nedvärderar
- förlöjligar
- utestänger
- objektifierar
- sexualiserar
- skapar och förstärker grupper, kategorier och olikheter

Kom ihåg att dessa negativa effekter är lättast att se i efterhand. För att vara mer proaktiv och för att undvika de fällor som beskrivs ovan, behövs verktyg för att kunna välja och komponera bättre bilder.

1. Representera, inkludera och spegla verkligheten

Det är viktigt att de bilder vi använder speglar dagens samhälle och dess mångfald så att alla känner sig representerade. Att enbart ha en eller ett fåtal identitetsfaktorer representerade i bilderna gör att det skapas en uppfattning att det är så här världen ser ut.



Målet är att så många olika identitetsfaktorer som möjligt ska vara representerade i våra bilder.

Lösning:

Räkna antalet kvinnor och män, antalet personer med olika etniska tillhörigheter, könsöverskridande identitet och funktionshinder. Se på åldersspridningen och så vidare. Tänk på att se över representationen i både enskilda bilder och på alla bilder överlag i materialet.

Kontrollfrågor:

- Vilka olika identiteter har människorna som syns?
- Vilken spridning finns det för de olika identitetsfaktorerna? Räkna!
- Finns det identiteter som är exkluderade, men som borde vara med?



2. Miljö, bakgrunder och föremål

Kvinnor och män framställs ibland i olika miljöer beroende på deras kön. Miljöer, bakgrunder och föremål sätter människor i större sammanhang och påverkar hur vi uppfattar dem. Dessa miljöer och bakgrunder kan förstärka stereotyper och fördomar.

Män porträtteras oftare i det offentliga och kvinnor i hemmamiljö. Även om de båda är företagare, blir kvinnor som är företagare oftare fotograferade bredvid blommor eller mat eller i skogen med sina hundar, medan män oftare avbildas på sin arbetsplats tillsammans med sin produkt, vid sitt skrivbord eller i ett möte.

Resultatet blir att män som är företagare uppfattas som kompetenta, kraftfulla, med makt och direkt ansvariga för sin produkt eller företagets framgång. Kvinnorna däremot ses som mindre kompetenta, oseriösa och osjälvständiga och därför inte ansvariga för sin framgång.





Lösning:

Avbilda människor i sin naturliga miljö och undvik att ta med föremål som inte har någon naturlig koppling till personen eller bildens budskap.

Kontrollfrågor:

- I vilken miljö är bilden tagen? Beskriv den för dig själv med några ord.
- Är det ute eller inne?
- Hemma eller på en arbetsplats? I en privat eller offentlig miljö?
- Vilka föremål och rekvisita används?
- Associeras föremålen med en privat eller offentlig miljö?
- Hur används föremålen? Är det skillnad på hur olika grupper av människor använder dem?



3. Kroppshållning, passiv eller aktiv, subjekt eller objekt

Vi kommunicerar väldigt effektivt med kroppen och vår kroppshållning. Passiva eller aktiva kroppshållningar och poser illustrerar effektivt vilken makt och ställning vi har.

En person som framställs som passiv uppfattas som ett objekt, till för att betraktas och beroende av andras bekräftelse. Om en person framställs som aktiv uppfattas den

som ett subjekt som är tänkande, handlande, självständig och i kontroll.

En passiv kroppshållning associeras oftare med kvinnor och en aktiv med män. Generellt sett blir män bedömda utifrån vad de gör, medan kvinnor blir bedömda efter hur de ser ut. Kvinnor poserar oftare på olika onaturliga och obekväma sätt. Exempelvis som att titta över axeln, sitta på olika föremål, framåtlutad, liggandes, med händerna nära ansiktet eller rörande vid sin egen kropp. Kroppsställningarna associeras till underordning. Det är vanligare att män står med armarna i kors och vända rakt mot kameran. De framställs också oftare som mer nonchalanta, till exempel med en jacka slängd över axeln eller händerna i fickorna.

Lösning:

Låt inte kvinnor posera och män arbeta.

Kontrollfrågor:

- Vad gör personen på bilden? Är personen aktiv eller passiv?
- Poserar personen eller är bilden tagen i ett naturligt ögonblick?
- Om personen poserar, i så fall på vilket sätt? Armarna i kors eller kramandes sig själv? Huvudet rakt eller på sned?
- Är huvudet "lyft högt" eller vinklat nedåt, tittandes "under lugg"?
- Om huvudet stöds med en hand, är det med en knuten hand under hakan eller en öppen hand om kinden?



- Är handryggen eller handleden mot kameran?
- Är fötterna vridna utåt eller inåt?
- Om personen sitter, är benen isär eller knäna ihop?
- Är axlar tillbaka eller inåt?

4. Kameravinkel och perspektiv

Kameravinkeln och perspektiv påverkar på ett effektivt sätt hur vi uppfattar personer i en bild, hur vi ställs i relation till dem och vilken makt de får. Detta beror på vilket perspektiv, vilket avstånd och om och hur den avbildade möter din blick samt vilket ansiktsuttryck hen har.

Perspektiv

Fågelperspektiv:

Att fotografera en person ovanifrån gör att personen i bilden ser underlägsen, osäker och mindre betydelsefull ut. Mottagaren står "över" det som visas i bilden och tittar ner på den som avbildas. Ett exempel är när barn och personer som sitter i rullstol fotograferas. Bilder som tas uppifrån förstärker gamla uppfattningar av den avbildade som svagare, maktlös och i behov av hjälp.

Grodperspektiv:

Att fotografera en person underifrån ger personen i bilden makt och överlägsenhet.

Betraktaren kan känna sig lite hotad då den står "under" det som visas i bilden och tittar upp mot den som avbildas. Män som är politiker fotograferas ofta underifrån vilket förstärker dem som en person med makt. Det är vanligare att män fotograferas ur ett grodperspektiv och kvinnor ur ett fågelperspektiv. Kameraperspektiven förstärker redan existerande skillnader mellan olika identiteter, som uppfattas som riktiga.

Normalt perspektiv:

En lätt lösning för att undvika ovanstående problem är att sätta kameran i samma höjd som den du fotograferar. Detta perspektiv skapar en bild med trygghet och lugn. Beträktaren står på "samma nivå" som den som avbildas, vilket ger en neutral känsla. På så vis skapar vi nya uppfattningar om människor som jämlika.

Närhet

Engagemang
Väcka och uttrycka känslor
Nyfikenhet
Personligt
Intimitet
Öppenhet

Distans

Överlägsenhet
Integritet
Auktoritet
Självständighet
Opersonligt
Formellt

Närhet och distans

Genom att ändra avståndet mellan dig och den du ska fotografera kan du påverka hur personen uppfattas. Avståndet symboliserar



hur nära du känner dig personen och vilken relation du får till den. Litet avstånd skapar närhet medan långt avstånd skapar distans.

När en person avbildas nära förstärks många av de kvinnliga egenskaperna. Samtidigt förstärks många av de manliga egenskaperna då en person avbildas på avstånd.

Distansen gör även att miljön som personen befinner sig i blir synlig och förstärker vår uppfattning om personen. Då män ofta avbildas på avstånd i en relevant miljö förstärks deras identitet och uppfattningen av dem som närvarande i ett större offentligt sammanhang.

Blick och ansiktsuttryck

Att möta kameran med blicken signalerar närhet, men också att en vill bli sedd och bekräftad. Om blicken vänds bort signalerar det avstånd och att en ignorerar det faktum att en är betraktad. Kvinnor tittar oftare än män direkt in i kameran medan män oftare vänder bort blicken.

Ansiktsuttryck spelar också stor roll för hur vi uppfattar människor. Att le signalerar öppenhet, ärlighet och känslor. Det kan också uppfattas som tecken på osäkerhet, behov av bekräftelse och brist på professionalitet. Huvudsakligen är det betydligt vanligare att kvinnor ler och skrattar på bilder medan män ser allvarliga och auktoritära ut.

Målet är att könet inte ska påverka hur kvinnor och män framställs.

Lösning:

Börja med att utgå från ett normalt perspektiv. Undvik sedan att avbilda personen för nära. Låt hen finnas i ett sammanhang. Hamna inte i fällan att låta kvinnor möta kamerans blick och le medan män ser allvarliga ut och tittar bort.

Kontrollfrågor:

- Vilket perspektiv används? Fotograferas personen ovanifrån, underifrån eller i samma höjd?
- Var finns personen i förhållande till kameran, nära eller på avstånd?
- Möter personen kameran eller är blicken bortvänd?
- Vilket ansiktsuttryck har personen?

5. Kläder

Kläder i sig signalerar på ett rakt och enkelt sätt vem du är, vad du gör och vilken ställning och makt du har. Många kvinnor som är företagare fotograferas i vardagskläder medan män som är företagare fotograferas i kostym eller i sina arbetskläder. Avslappnade och vardagliga kläder gör att du förknippas med det privata och du kan lätt uppfattas som mindre kompetent



och mer känslösam. Yrkeskläder och strikta kläder gör att du uppfattas som skicklig och kvalificerad.

Lösning:

Avbilda alltid personer i kläder som är relaterade till innehållet i rubrik och text eller till bildens budskap.

Kontrollfrågor:

- Hur är personen klädd?
- Vilka signaler sänder kläderna?
- Är kläderna avslappnade eller formella?
- Är kläderna privata eller arbetskläder?
- Är kläderna relaterade till texten och rubriken?

6. Komposition och relation

Maktrelationer och de konstruerade skillnaderna mellan kvinnor och män blir ännu tydligare när de fotograferas tillsammans. Här spelar både de enskilda personernas kroppställningar roll och hur de sätts i relation till varandra. Det första misstaget som ofta görs är att vi låter kvinnor sitta och män stå eller när kvinnor tittar upp på män och män ner på kvinnor. Utifrån de olika kameraperspektiven uppfattas kvinnor som stöttande, lyssnande och i behov av undervisning. Män framställs som att de bestämmer, leder och förklarar.

Målet är att människor som fotograferas tillsammans ska framställas som jämlika.

Lösning:

Bryt dessa mönster genom att tänka tvärtom eller låt alla vara lika aktiva. Styr upp bilden genom att låta personer med olika identiteter samarbeta och göra saker tillsammans. Exempelvis, låt inte män stå upp och kvinnor sitta utan byt rollerna eller låt båda stå eller båda sitta. Om personer ska posera, låt dem göra det utifrån värdighet och inneboende makt.

Kontrollfrågor:

- Vem gör vad?
- Vem sitter och hur sitter personen?
- Vem står och hur står personen?

7. "Gör något kul"!

Generellt sett får kvinnor oftare representera det som är lite skojigare, oseriöst och annorlunda. Kvinnor uppmuntras att hoppa upp på ett bord, spexa till det med olika rörelser, dricka cappuccino med skum på överläppen eller blåsa såpbubblor. Ingen skulle be en man som är företagsledare eller entreprenör att ligga barfota på en äng när artikeln handlar om hans framgång inom energisektorn.



Bilderna och poserna kan tyckas annorlunda och lekfulla men resultatet är att kvinnor framstår som irrationella, fåniga och oseriösa.

Lösning:

Om du vill att personer ska göra "något kul", låt alla personer på bilden göra det. Om det är en ensam person på bilden, var försiktig med vad du uppmanar personen att göra. I en rapport eller folder kan personen uppfattas som oseriös i jämförelse med andra personer på de andra bilderna.

8. Namntext och yrkestitel i bildtext

Män blir oftare namngivna med både för- och efternamn medan kvinnor bara skrivs ut med sitt förnamn. Detta skapar en känsla av att män är professionella medan kvinnor är mer personliga och mindre auktoritära. Namnge alla personer, oavsett identitet, med för- och efternamn i bildtexten. Var även lika konsekvent med att ange titel eller yrkestitel för alla identiteter.

9. Färgval

Färger skapar associationer och påverkar hur vi uppfattar en person. Ljusa och varma färger symboliserar närhet, energi och lätt-samhet och ses som typiska "kvinnliga och mjuka färger".

En person som har på sig dessa färger upplevs som nära betraktaren eller som barnlig. I motsats får mörka och kalla färger oss att känna oss långt från den vi ser och hen upplevs som "manlig och hård". Exempelvis står blått och svart för dominans, kraftfullhet och elegans.

Lösning:

Bryt invanda mönster genom att tänka tvärtom och lek med färger och nyanser.

10. Detaljer

Ibland vet vi inte varför vi reagerar på en bild. Då kan det vara en detalj som har fångat vår uppmärksamhet. Detaljer har en avgörande roll för hur vi uppfattar bilder då de helt kan förändra en bilds ton och innebörd.

Lösning:

Var uppmärksam på detaljer och stå på dig om du känner att de påverkar bildens innebörd.

5. Text, ord & uttryck

När vi kommunicerar berättar vi inte enbart något om verkligheten utan vi skapar den också samtidigt. De ord vi väljer och sättet vi kommunicerar på kan bjuda in vissa och samtidigt exkludera andra. Därför är språket ett verktyg för att skapa förändring. Det ska användas så att det vänder sig till och representerar alla grupper i samhället.

Som maktmedel har ord även ett subtilt men kraftfullt inflytande på oss. Ord och uttryck betyder ofta något mer, då de bygger på associationer, nyanser och har underliggande innebörder. Det gör att när vi använder ord, tror vi att vi exempelvis "bara säger handikappad/ invandrare/ kärringstopp" men faktum är att vi skapar en nedvärderande och utestängande handling.

1. Tolkningsföreträde

När vi pratar om och använder ord som kan vara diskriminerande är det avgörande att förstå att de som känner sig kränkta alltid har tolkningsföreträde. Grundläggande handlar det om att min frihet inte får inskränka, kränka eller påverka en annan persons frihet.

Målet är att spegla verkligheten och att skapa representation.

Genom texter och vårt språk har vi verktyget att spegla verkligheten och representera människor från olika samhällsgrupper och identiteter. Vi skapar demokratiska utrymmen där fler människor från olika nivåer och olika sammanhang kommer till tals och får sin röst hörd. Texterna talar då till fler människor och skapar på så vis en grund för tillgänglighet, igenkänning och möjligheten att spegla sig i och känna sig som en del av samhället.

Lösning:

Genom att representera olika identiteter i din text blir den mer tillgängligt för alla. Den skapar igenkänning och talar till fler.

2. Att välja ämne

Det är inte bara vissa identiteter utan även vissa ämnen, perspektiv och erfarenheter som får mer plats i det offentliga rummet. Exempelvis är vi vana att världsekonomin och stora sportevenemang har högt



nyhetsvärde medan frågor inom psykiatri eller nedskärningar i skolan har lägre (denna uppfattning behöver inte vara delad av alla).

Om du väljer att skriva om underrepresenterade ämnen såsom synpunkter på äldre vården, är det viktigt att fundera på vem som är med i texten. Låt till exempel män agera eller ge kommentarer. Och om du väljer att skriva om traditionella "manliga ämnen och perspektiv" så har du möjlighet att lyfta fram kvinnor, som exempelvis tittar på ishockey eller dränerar sina hus.

Lösning:

Välj aktivt icketraditionella ämnen och perspektiv som uppmärksammar fler identiteter. När du väljer ämnen, var då uppmärksam så att du inte förstärker stereotyper och oönskade normer.

Lösning:

Gör aktiva val så att alla beskrivs på ett värdigt sätt och kommer till tals genom citat, referenser och exempel.

- Vilka identiteter finns i texten, vilka fattas? Vilka ämnen berör din text?
- Vems perspektiv utgår du från som författare?
- De ämnen och perspektiv du valt, förstärker eller utmanar de stereotyper och normer?
- Vem pratar, vem lyssnar?
- Vem pratar vi om? Vem pratar vi med?
- Vem citeras? Vem beskrivs?
- Är de som beskrivs även de som kommer till tals?
- Vilken vikt läggs vid personens kön, ålder, samhällsklass, etnicitet, sexuella läggning?

3. Att skriva om människor

Se upp så att du inte gör vissa grupper passiva och andra aktiva. Forskning visar att kvinnor är underrepresenterade i medier, både i bild och i text. En studie från 2015 visade att en tredjedel av de som medverkade i svenska nyheter en specifik dag var kvinnor. Fyra av fem experter var män.

4. Experter och specialister

Experter och specialister är förknippade med makt. Därför är det viktigt att se till att både män och kvinnor kan komma till tals som expert eller specialist när det är möjligt.

Lösning:

När du skriver, välj lika många exempel



med kvinnor och män som experter och specialister. Ta inte den första expert du kommer på utan leta efter andra relevanta experter med nya infallsvinklar. Exempelvis unga forskare med en icke-traditionell akademisk bakgrund. Skriv även ut både kvinnors och mäns fullständiga yrkestitlar.



Kontrollfrågor:

- Vem görs till expert, vem får uttala sig?
- Vilka uttalar sig och vilka beskrivs i texten?
- Vem för vems talan?

5. Normer, stereotyper och det som aldrig sägs

Normer, sociala koder och stereotyper används, förstärks och lever vidare i vårt medvetande på olika sätt. Därför måste normen synliggöras och ifrågasättas. Gör detta genom att tänka tvärtom och vända på olika perspektiv.

Problemet blir när vanligtvis osynliga gruppers framgångar och bedrifter lyfts fram som något extraordinärt eller exceptionellt. När grupperna väl får offentligt utrymme, blir de istället annorlunda och ovanliga. Fallgropen är att vi förstärker stereotyper och fördomar istället för att problematisera att det är vissa grupper som alltid får synas. Normerna skapas genom

hur ord och uttryck används för att framställa människor.

6. Att skapa maktstrukturer genom ord

Könsstereotyper

Kvinnor beskrivs oftare utifrån sitt utseende, kläder och frisyra medan män beskrivs utifrån olika karaktärsdrag, prestationer och kvaliteter. Män beskrivs oftare som aktiva, handlingskraftiga och utåtriktade medan kvinnor beskrivs som passiva och relationsinriktade.

Med ord och uttryck kan vi riskera att skapa ett kollektivt medvetande som bygger på könsstereotypa föreställningar om hur kvinnor och män lever, umgås, sportar och utövar sina yrken. Ord och uttryck som exempelvis "tjejkväll", "damfotboll", "kvinnligt företagande", "manlig sjuksköterska" och "manlig balettdansös" förstärker könsstereotyperna. Det som nämns är det som är annorlunda och främmande.

Pojkar skrattar/tjejer fnittrar, män pratar/kvinnor snackar, kvinnor arbetar/mär gör karriär.

Könspronomen "kvinnlig" och "manlig" används ofta felaktigt framför olika yrkestitlar för att beskriva vilket kön personen har. Men när vi exempelvis skriver manliga



sjuusköterskor och kvinnliga piloter, skapar vi uppfattningen att dessa är avvikande, ett undantag. Användning av könspronomen begränsar vår frihet då det skapar normer för hur vi uppfattas som människor.

Dessutom utesluter orden "kvinnlig" och "manlig" personer som inte vill identifiera sig som varken kvinna eller man.

Lösning:

Beskriv alla människor på ett respektfullt sätt och välj bara att beskriva personen på ett sätt som är relaterat till vad texten handlar om. Med andra ord, undvik att beskriva en persons klädsel, fritidsintressen, egenskaper, familjeförhållanden eller utseende om det inte har något syfte. Skriv inte ut "kvinnlig" och "manlig" framför personers benämningar, då de förstärker oönskade normer.

Kontrollfrågor:

- Spelar personens kön någon roll?
- Om ja, varför spelar det roll?
- Vad betyder egentligen kvinnlig? Vad betyder egentligen manlig?
- Hade ett annat yrke beskrivits med samma könspronomen?
- Vem är norm och vem är undantag?
- Finns det motpoler (stark – svag, god - ond, offer - förövare)?
- Beskrivs personer eller grupper utifrån stereotyper?
- Beskrivs olika grupper på olika sätt?
- Vilka egenskaper används och för vem?

7. Kvinnor & män, män & kvinnor

Vi skapar maktstrukturer på olika sätt genom språket. Ett tydligt exempel är att vi traditionellt nästan alltid skriver ut mannen först när vi pratar om "män och kvinnor", "pojkar och flickor" och "han och hon". Det är något som vi inte tänker på utan bara gör. Men det har symbolisk makt och grundar sig på den manliga normen. Vi sätter det som är störst eller den vi värdesätter högst, först.

Lösning:

Ett effektivt sätt att undergräva denna norm är att oavbrutet kasta om ordningen. Gör för vana att alltid skriva "kvinnor och män", "hon och han" och "flickor och pojkar".

8. Personbeteckningar och yrkestitlar

Det är viktigt att använda titlar som inte förstärker gamla föreställningar. Skriv till exempel riksdagsledamot istället för riksdagsman. Att använda ordet riksdagskvinna signalerar att det finns skillnader mellan personerna, trots att de utför samma yrke. Dessutom blir intrycket att mannen är normen och kvinnan är undantaget. Resultatet är att vi konserverar könsroller och osynliggör människor.

**Lösning:**

Använd könsneutrala yrkestitlar och personbeteckningar, oavsett identitet eller kön.

9. Förnamn och efternamn

Våra namn är starkt kopplade till vår identitet och förmedlar information om oss, till exempel vårt kön och ibland vår ålder, etniska och sociala bakgrund. Likaså påverkas vi av hur vi använder personers förnamn och efternamn. Att bara använda en persons förnamn gör att vi får en mer personlig relation till den, att personen känns mer lät tillgänglig men också mindre viktig och med mindre officiell makt. Att enbart använda personens efternamn signalerar respekt och distans där vi uppfattar personen som mer auktoritär, kompetent och med makt.

**Lösning:**

Skriv ut för- och efternamn oavsett om det är en kvinna eller man du skriver om.

10. Hon, han och hen

Vi människor verkar ha en förkärlek för att dela upp världen i fack. Indelningen av människor i kvinnor och män genomsyrar vår värld på ett sådant sätt att vi inte bara

kan, utan måste tilldela alla människor som vi möter ett kön.

”Hen” är ett verktyg för att kommunicera inkluderande, eftersom det inkluderar alla människor oavsett könsidentitet.

Sedan 2014 är ordet ”hen” med i Svenska akademins ordbok. Det finns två möjligheter att använda ordet hen.

Det första är att skriva ”hon, han och hen” och det andra är att enbart skriva ”hen”. Båda varianterna är inkluderande.

11. En och man

Den senaste tiden har även ordet ”man” utmanats och många väljer att ersätta det med ordet ”en”. Istället för att skriva ”man kan tycka” så skriver många ”en kan tycka”. Många gånger fungerar inte ordet ”man” könsneutralt i praktiken, trots att vi tror och vill det. För många grupper i samhället kan det kännas onaturligt och märkligt att använda ordet ”man”.

Ett alternativ är att formulera sig så att ”man eller en” inte behövs. ”Vissa tycker” ”En åsikt är”.

Det ger oss möjligheten att öppna upp både texten och allmänna åsikter, funderingar och erfarenheter i samhället så att alla människor kan identifiera sig med dem och stå bakom dem.

12. Könsidentitet och könsuttryck

Könsidentitet

Könsidentitet är en persons självupplevda kön, det vill säga det kön en person känner sig som. Alla människor har rätt att själva avgöra vilken könsidentitet en har.

Könsuttryck

Könsuttryck är de medel en person använder sig av för att uttrycka sitt kön. Det görs till exempel genom kläder, kroppsspråk, frisyr, smink, språkbruk, socialt beteende och röst.

Cisperson

Cisperson är en person vars könsidentitet och könsuttryck överensstämmer med det juridiska könet och stämmer överens med normen. En cisperson kan till exempel vara en juridisk kvinna som ser sig själv som kvinna och som klär sig, rör sig och betar sig på ett sätt som gör att hon och andra uppfattar henne som en kvinna.

Transperson

En transperson är en person som genom sitt könsuttryck eller sin könsidentitet bryter mot samhällets normer för kön och könsidentitet. Transperson är ett paraplybegrepp som innefattar exempelvis de som är transsexuella (identifierar sig inte med det kön de tilldelats vid födseln), transvestit,

ickebinär (vill inte definiera sitt kön alls) och intergender eller intersexuell (identifierar sig varken som man eller kvinna). Att vara transperson har inte något med personens sexuella läggning att göra.

Lösning:

Använd person med olika könsuttryck. Ge plats åt flera att gestalta naturliga sammanhang och i relation till ämnen som inte handlar om personernas könsidentitet eller könsuttryck.



13. Familj, partner och föräldraledig

Begreppet familj har idag en mycket mer komplex och mångfacetterad innebörd än det brukade. Idag har sociala strukturer förändrats och öppnats upp och därför finns det otaliga variationer på vad ordet familj kan betyda.

Att vara förälder är inte bundet till ett kön eller en sexuell läggning utan till en roll och relationen till ett barn. Begreppet förälder innefattar olika variationer, men bygger fortfarande på den heterosexuella kärnfamiljen och signalerar vem vi ser som en "normal" förälder och vem som avviker från normen.



Lösning:

När du skriver om familjeförhållanden i allmänhet, använd exempel på familjer och föräldrar som utmanar kärnfamiljen och tvåkönsnormen. Använd begreppen föräldraledighet och partner.



Kontrollfrågor:

- Hur beskrivs en familj?
- Vilka identitetsfaktorer använder du för familjemedlemmarna, vilka använder du inte?

14. Etnisk tillhörighet, invandrare och utlandsfödd

Vår etniska tillhörighet är en stark del av vår identitet och den påverkar vår makt, grupp tillhörighet och våra faktiska rättigheter. Med etnisk tillhörighet menas en persons nationella och etniska ursprung, hudfärg eller annat liknande förhållande såsom språk, traditioner och klädseder. Det är upp till varje människa att själv bestämma vad hen identifierar sig som.

Vad vi ofta glömmer är att alla människor har en eller flera etniska tillhörigheter som varierar i betydelse och beroende på sammanhang. Ibland är vi svenskar, ibland världsmedborgare och vi kan vara bosnier, somalier, argentinare och thailändare i olika grad och situationer.

Det har växt fram och utvecklats flera olika begrepp och uttryck för att beskriva personer utifrån sin etniska tillhörighet. Vissa är direkt exkluderande, diskriminerande och nedvärderande. Vi behöver därför kunskap om varför de får negativa konsekvenser för att inte göra om liknande misstag.

Invandrare

Ordet invandrare får allt mindre utrymme i det offentliga. Anledningen är att ordet har fått en negativ innebörd och skapar exkludering. Att vandra in i ett land gör man en gång, när man väl är "inne i landet" så har man slutat vandra. Personen är då nyanländ. Ordet invandrare skapar associationer att personen inte är inne i samhället, att hen hela tiden är på väg in och att det är en evighetsprocess. Att använda ordet invandrare innebär därför att vi både skapar en metaforisk och en fysisk utestängning av personer.

Resultatet är att det blir omöjligt för personer med utländsk härkomst, bakgrund eller olika etniska tillhörigheter att någonsin betraktas som en självklar del av samhället. Detsamma gäller begrepp som "andra eller tredje generationens invandrare". När ska vi sluta räkna, när ska det sluta spela roll var ens föräldrar är födda och när de flyttade till Sverige?



Person med annan etnisk tillhörighet

Begreppet "annan" indikerar att personen är annorlunda. Resultatet är att vi reproducerar ett "vi- och dom-tänk". Vi benämner ju inte en person som är född i Sverige med svenskfödda föräldrar som "en person med svensk etnisk tillhörighet". Uttrycket gör att grupper av människor alltid ses som annorlunda eller som sekundära medborgare.

Utlandsfödd

Begreppet "utlandsfödd" ger oss möjligheten att gå ifrån diskussioner om inflyttning, invandring och tidsbegrepp. Var en är född är inget som går att ändra på och är en född i Sverige blir effekten av begreppet att personen då räknas som svensk.

Lösning:

Använd uttrycken "utlandsfödd", "etnisk tillhörighet" eller meningar som "olika etniska tillhörigheter" eller "flera etniska tillhörigheter". Det ger oss möjligheten att inkludera fler kombinationer och innebörder för personers olika identiteter.

15. Olika funktionsförmågor

Funktionsnedsättning och funktionsvariation beskriver olika typer av fysisk, psykisk eller intellektuell funktionsförmåga. Det är alltså något som en person har, inte något som en person är.

Funktionsvariation

Anledningen till att vi undviker att använda ordet "funktionshindrad" är att själva hindret inte finns hos personen utan i miljön runt om personen eller det som personen upplever i vardagen. För att lättast förstå varför vi ska undvika "funktionshindrad", kan vi ställa oss frågan "var ligger problemet?". Det är inte personen med en hörselskada som är problemet utan problemet är om det till exempel inte finns en hörselslinga inkopplad i ett mötesrum.

Rullstolsbunden eller rullstolsburen

Små variationer i ord skapar betydelse för hur vi uppfattar människor. Om du är bunden eller buren. Om en rullstol är en begränsning eller ett verktyg. Det skapas en förståelse av personen som ett offer, som någon osjälvständig då den är bunden. Är personen buren är det ett hjälpmedel vilket gör att personen uppfattas som oberoende och självständig.

Lösning:

Använd uttrycken "person med funktionsnedsättning", "person med nedsatt funktionsförmåga" eller "person med funktionsvariation". Om personen uttrycker att hen vill att du ska använda ordet handikappad, så gör det. Använd även uttrycket rullstolsburen istället för rullstolsbunden.

6. Intervjuer och enkäter

Intervjuer och enkäter ger oss möjlighet att spegla verkligheten och att ta fram och belysa människors direkta kunskap och erfarenheter. Syftet är ofta att representera verkligheten och att ge människor en rättvis chans att komma till tals.

En intervju ger oss dock makten att framställa en person på olika sätt, både negativa och positiva. Genom de frågor vi väljer att ställa, hur vi ställer dem och de ämnen vi tar upp kan vi vinkla, tolka och välja ut information som sedan blir till sanning. Genom att kritiskt reflektera över intervjustunden och frågorna kan vi kommunicera ännu mer inkluderande.

Som vi frågor får vi svar.

1. Intervjuer

De svar vi får beror på de frågor vi ställer och hur mycket utrymme vi ger personen att svara utanför ramarna. Ställer du exempelvis öppna frågor, ger du personen möjlighet komma in på andra ämnen som kan vara intressanta för oss.

Innan intervjun

Planera

Tänk över vilket fokus du vill ha på din text, hur du ska lägga upp den, vilka personer du ska representera och vilka frågor som styr texten.

Om två eller flera personer driver ett företag, en organisation tillsammans eller är experter på sitt område, intervju dem alla.

Undvik könsspecifika frågor

Genom valet av frågor styr vi vilka svar vi kommer att få. Könsspecifika frågor förstärker skillnader och stereotyper.

Lösning:

Förbered och ställ frågor som är könsneutrala och som inte är baserade på att personen kan uppfattas som annorlunda. Vinkla ditt fokus och välj i stället frågor som utgår från företaget, organisationen eller fenomenet istället för personen i sig. Intervjuar du flera personer, utgå då från en intervjuguide och ställ samma frågor till samtliga deltagare oavsett identitet.



Under intervjun

Utrymme

Om du ska intervjua en grupp som består av olika personer, både kvinnor och män, ge alla lika utrymme. Fördela frågorna jämt till båda, ge båda tid att svara och utveckla sina svar och anteckna lika mycket av bådars svar.

Namn

Hur vi namnges signalerar vår kompetens, auktoritet och makt. När du citerar ska du namnge alla personer med fullständiga namn genomgående eller alla med förnamn eller efternamn.

Om du blir intervjuad

Ovanstående tips är även relevanta när du själv ska bli intervjuad.

Om du får könsspecifika frågor, ifrågasätt varför dessa är relevanta. Ifrågasätt även om lång tid av intervjun går åt till att diskutera privata frågor, om intervjun rör dig som anställd eller dina arbetsuppgifter. Be även att få läsa igenom den färdiga texten. Se exempelvis upp med adjektiv, om ditt yttre beskrivs.

Att undvika fördomar

Kvinnor som är företagare får oftare än män svara på könsspecifika frågor. Exempelvis om hur hon kombinerar familj och karriär eller hur hon driver företag just för att för hon är

kvinnor. En man hade sannolikt inte fått en fråga om hur han klarar av att kombinera familj och karriär eller vad som utmärker honom som man och företagare.

Detsamma gäller även för andra identitetsfaktorer. Frågor som förstärker eller bygger på normer gör att personen blir annorlunda.

2. Enkäter

Precis som för frågor under intervjuer är det viktigt att fundera över vilka frågor du ställer i enkäter. Enkäter är mer styrda då du ofta ska svara på en skala eller har ett visst antal svarsalternativ att välja på.

För att skapa inkluderande kommunikation är det bra att fundera på om du skulle kunna lägga till fler svarsalternativ än du brukar.

Lösning:

Ange tre svarsalternativ för kön, till exempel: Identifierar du dig som 1) kvinna, 2) man, 3) annan

Fler bakgrundsvariabler i enkäter, för till exempel bostadsort, arbetssituation och ålder.

Olika alternativ för nära relationer med exempelvis till partner.



7. Tillgänglighet

1. Klarspråk

Genom att använda klarspråk kan vi ytterligare kommunicera inkluderande. Gå igenom ditt material så att språket riktar sig till alla oavsett identitet och bakgrund.

2. Inbjudningar

När vi bjuder in till möten eller träffar, tänk efter så att det inte finns hinder som gör att vissa grupper inte kan delta. Exempelvis en viss tid, då många hämtar på förskola eller att bussar inte tar sig till en viss plats och därför gör den olämplig för personer med funktionsvariation.

När du bjuder in till olika föreläsningar och events är det bra att skriva att vi gärna ser att de inbjudna kontaktar oss om någon behöver ljudslinga, material i punktskrift eller tillgång till hiss och ramper. Att ta med denna information visar att vi är lyhörda för alla våra besökare.

3. Representativa talare och publik

Reflektera över vilka som ska föreläsa eller lyssna, så att de representerar olika identiteter. På så vis får vi en mer jämlik balans i den information, kunskap och erfarenhet som sprids och genereras.

4. Rast, paus och bensträckare

Även om en vill vara mindre formell i en inbjudan eller ett program, så använd "att ta rast" eller "paus" i stället för bensträckare. Det är inte alla som kan sträcka på sina ben.

8. Checklistor

1. Bildspråk

- Om det hade varit du på bilden, hade du velat bli framställd på samma sätt?
- Speglar bilden den mångfald som finns i samhället?
- Vilka olika identitetsfaktorer finns med och vilka saknas?
- I vilken miljö är bilden tagen?
- Om föremål finns med, hur används de?
- Vad gör personen på bilden?
- Är personen aktiv eller passiv?
- I vilken kameravinkel är bilden tagen?
- Ser personen bestämd eller osäker ut, stark eller svag?
- Vad säger blicken?
- Vilka kläder har personen på bilden?
- Om det finns flera personer på bilden, hur förhåller de sig till varandra?

2. Text

- Finns det ett "vi" i texten? Vilka är det? Vad har "vi" för egenskaper?
- Finns det ett "dem" i texten? Vilka är det? Vad har "dem" för egenskaper?
- Vad beskrivs som ett problem? Vem har ansvar för lösningen?
- Vem är aktiv, gör saker? Vem är passiv, inte gör något?
- Vad signalerar olika ord, till exempel rullstolsburen (person som använder en rullstol) eller rullstolsbunden?
- Vem är subjekt, vem är objekt? Vem har makt? Vem är offer?
- Nämns någon med bara förnamn och någon annan med förnamn och efternamn?
- Vilka ord använder vi för olika identiteter? Finns det skillnader och likheter?

Följande ord kan ses som röda flaggor då de signalerar att här finns utrymme för att olikheter och normer får grogrund.

- Normal
- Annorlunda
- Naturlig
- Vanlig
- Annan, annat och andra (framför olika ord)
- "Så har det alltid varit"
- "Det är vedertaget", "Det vet vi"

Använd:

- Kvinnor och män
- Hen eller hon, han och hen
- Personers fullständiga namn
- Alla personer med sin yrkestitel
- Skriv inte "kvinnlig" och "manlig" framför yrkestitlar
- Använd könsneutrala personbeteckningar
- Rast eller paus
- Partner
- Utlandsfödd eller etnisk bakgrund
- Person med funktionsnedsättning, person med nedsatt funktionsförmåga eller funktionsvariation
- Rullstolsburen



Länsstyrelsen
Skåne