

Seminar October 7th 2015 at Ultuna, SLU

Jämlikhet, inkludering och åsiktsfrihet

Jämställdhetseffekten **The equal opportunity effect**

Invited speaker, **Ida Östensson** represents foundation Crossing Borders
(<http://crossingboarders.se/>)





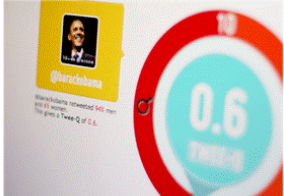
Key questions for her presentation are: equal opportunities, respectful treatment, and educational efforts to increase awareness of society norms.

The primary objective with this seminar is to increase the awareness of equal opportunities in particular related to norms in society. The targeted audiences are primarily students, teachers and researchers that take teaching roles, student advisors, director of studies and other employees that are part of creating conditions for learning for the students.




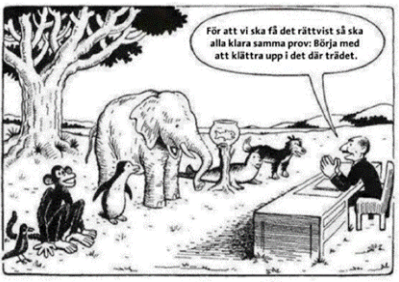

Contact information for Ida Östensson

E-mail: ida@crossingboarders.se












<p>Welcome to the seminar!</p> <p>For the reader of this document, you may not have been able to attend the seminar. If you would like more information, please don't hesitate to make contact.</p>	 <p>@xingboarders #crossingboarders</p>
<p>Background</p> <p>I am Ida Östensund, the founder of Crossing Boarders. I'm from Holmsund a small village near Umeå. My own background in a small village setting where - if you were the guy would be playing football or skateboarding, if you were the girl would you go in gymnastics. Trying to find a home in skateboarding (at age 20) was not easy. The structure was not there for doing what I was interested in. It had to be created, in spite of "invisible barriers".</p>	<p>BAKGRUND</p> <p>Jag började arbetet inom skatekulturen 2006 Från "noll" till tusentals tjejer på några år Testade metoder Skatekulturen inte unik, metoderna saknas överallt...</p> 
<p>About Crossing Boarders</p> <p>Crossing Boarders was founded in 2010. The foundation tries to focus on identifying solutions to challenges related to equal opportunities -- through educational efforts (seminars, courses, development of methods, create dialogue).</p>	<p>OM CROSSING BOARDERS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundades 2010 • Fokus på lösningar • "Om ni vet ATT så visar vi HUR!" • Föreläser och utbildar • Metodutvecklar • Opinionsbildar
<p>The vision</p> <p>Crossing Boarders works towards a fair system characterized by equal opportunity where "those in power" takes responsibility.</p>	<p>VISION</p> <p>För ett jämställt samhälle där makten tar ansvar!</p> 
<p>Educational efforts</p> <p>Seminars, projects and other educational efforts are made to increase awareness of equal opportunities.</p>	<p>Utbildning/opinion/projekt</p> 
<p>Twee-Q</p> <p>Dialogue – Almedagsveckan, social media. How can we measure gender equality thru twitter? A measurement of gender aspects in twee-q How do we listen to and raise "different voices"?</p> <p>-</p>	<p>TWEE-Q</p> <p>Världens första jämställdhetstest på Twitter</p> 






<p>Twitter – gener aspects</p> <p>The Twitter dress during the Almadals week illustrated the aspects of age in the dialogue, where young persons are not given a voice to talk for themselves. Not so young people talk <i>about</i> them... instead of <i>WITH</i> them.</p>	<p>TWITTERKLÄNNINGEN</p> <p>För att alla röster ska höras!</p> 								
<p>Understand...</p> <p>Giving attention to the needs to talk about sexual violence. A case, a story (narrative) started the dialogue about the need to agree to consent when it comes to sex ... fatta.nu. Today 60 000 persons in the movement against sexual violence and for consent in practise and in law.</p>	<p>FATTA</p> <p>Mot sexuellt våld – församtycke!</p>  <p>www.fatta.nu</p>								
<p>Leisure time and gender</p> <p>“At our place, everyone are welcome” (we need to explicitly say that we have adapted the conditions to different needs!)</p>	<p>FRITID & KÖN</p> <p>Spontanidrottsytor – 20 % tjejer. Fritidsgårder – 25 % tjejer. Studieförbundens musikverksamheter – 16 % tjejer. Hockey – 7 % tjejer. Ridning – 16 % killar.</p>  <p>Utnyttjandet av spontanidrottsytor.</p>								
<p>Gender and grades in school</p> <p>In school, girls are over represented in the student groups that do well (are motivated).</p>	<p>KÖN & BETYG</p> <p>Meritvärden åk 9 (2012)</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kön</th> <th>Meritvärden åk 9</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Medel</td> <td>~210</td> </tr> <tr> <td>Tjejer</td> <td>~225</td> </tr> <tr> <td>Killar</td> <td>~195</td> </tr> </tbody> </table>	Kön	Meritvärden åk 9	Medel	~210	Tjejer	~225	Killar	~195
Kön	Meritvärden åk 9								
Medel	~210								
Tjejer	~225								
Killar	~195								
<p>Segregation in selecting program at Swedish high school</p>	<p>SEGREGATION I PROGRAMVAL</p> <p>URVAL AV STATISTIK (2008/2009)</p> <p>Tjejer överrepresenterade</p> <ul style="list-style-type: none"> •Hantverk 86,1 % •Omvårdnad 84,5 % •Barn & fritid 73 % <p>Killar överrepresenterade</p> <ul style="list-style-type: none"> •Energi 98,3 % •El 97,5 % •Bygg 90,3 % 								
<p>Social construction of gender</p> <p>Colors “speak” – they are associated with values, with identities and roles</p> <p>Children and young people are socialized.</p> <p>Leklust 2012 – gave rise to a lot of dialogue (kids were posed in “opposite” roles in a kid’s ad for toys)</p>	 <p>ATT SKAPA SKILLNAD - BARN</p>								



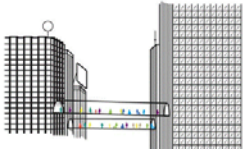

<p>Norms</p> <p>Norms are unspoken and un-written rules (taken for granted) They are everywhere – and they appear in different ways Norms fill practical roles – sometimes they help us in our social life and sometime they discriminate.</p>	<p>NORMER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oskrivna regler • Finns överallt – men ser olika ut • Ofta nödvändiga och positiva • Ibland begränsande och grund för olika villkor och möjligheter • Osynliga tills de bryts • Upprätthålls genom uppmuntran och bestraffningar • Kolla efter det som inte behöver sägas, tas för givet, anpassat för, lättare o.s.v. 
<p>What color is “skin color”?</p> <p>This is an example of a norm. Beige is the norm... for “skin colored bandages”. What colour is skin colour?</p>	 <p>VILKEN FÄRG ÄR HUDFÄRG?</p>
<p>Tracking the norm (Textat Youtube)</p> <p>The norm is given It is seldom spoken of They are adapted for... the main group Makes it easier – rarely made for a group Offers the <i>power</i> to accept /tolerate (or not)</p>	<p>ATT SPÅRA NORMEN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tas för givet. • Uttalas sällan. • Anpassat för (klipp - Handisam). • Lättare. • Görs sällan till grupp. • Har makt att tolerera.
<p>Critiquing norms</p> <p>Step 1 – making norms visible</p> <p>Step 2- is to change norms that are excluding</p>	 <p>NORMKRITIK</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steg 1 är att synliggöra normer - Steg 2 är att förändra normer som är begränsande eller exkluderande - Självgrensning på individ- och organisationsnivå nyckel till framgång - Flytta strålkastare från normbrytarna till själva spelreglerna
<p>What’s “fair”?</p> <p>The test has to be fair – the same for all of you... Please climb the tree...</p>	
<p>Who’s “the monkey”?</p> <p>Who is in the “main group”/the monkey at your organisation that you build the structures for?</p>	<p>Vem är apan hos er?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etnisk tillhörighet • Funktion förmåga • Kön • Könsidentitet eller könsuttryck • Religion eller trosuppfattning • Sexuell läggning • Ålder • Socioekonomisk bakgrund/ekonomi • Privatliv • Geografisk tillhörighet • ANNAT?! 

<p>Genderequality All individuals equal status linked to sex</p>	<p>JÄMSTÄLLDHET</p> <p>Allas lika status, rättigheter, skyldigheter och möjligheter på livets alla områden oavsett kön.</p> <p>Koppling jämlikhet: Det är viktigt att ibland plocka ut och jobba speciellt med en diskrimineringsgrund. Jämställhetsarbetet gör detta med kön.</p>
<p>INTERSEKTIONALITY No groups are homogenous Power structures related to different groups may inhibit inclusion</p>	<p>INTERSEKTIONALITET</p> <p>Varken kvinnor, män, tjejer, killar eller någon annan "grupp" är helt homogen. Olika diskriminerande maktordningar samverkar, förändrar och förstärker varandra. Det intersektionella perspektivet är viktigt för att t. ex. jämställhetsarbetet ska angå alla.</p>
<p>Discrimination Sex, gender identity or expression, ethnicity, <i>religion or other beliefs,</i> <i>disability,</i> <i>sexuality and</i> <i>age</i></p> <p><i>this 7 points are statutory ground for discrimination, since there are always other structures of power and norms that can influence who feels welcome in your organisation.</i></p>	<p>DISKRIMINERINGSGRUNDERNA </p> <p>En diskrimineringsgrund är en del av en person som skyddas av lagen mot diskriminering. Den svenska diskrimineringslagstiftningen definierar sju diskrimineringsgrunder.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etnisk tillhörighet • Funktionshinder • Kön • Könsoverskridande identitet eller uttryck • Religion eller annan trosuppfattning • Sexuell läggning • Ålder • Socioekonomisk bakgrund/ekonomi • Privatliv • Geografisk tillhörighet
<p>Inclusion vs. exclusion</p> <p>Inclusion refers to providing a setting that is all individuals can participate in activities.</p> <p>Inclusion is to create the best possible conditions for all individuals to participate in a context in accordance with the individual's unique characteristics, circumstances, needs, and capacities</p> <p>Exclusion is to not include</p> <p>Equal opportunities does not have to be "the same for all" but rather what is needed for each individual.</p>	<p>INKLUDERING </p> <p>Inkludering är att skapa bästa möjliga förutsättningar för alla individer att delta i ett sammanhang i enlighet med individernas unika egenskaper, förutsättningar, behov och kapaciteter.</p> <p>EXKLUDERING ?</p>
<p>What are the issues in the academic world? (from FB)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sexistic songs, parties and traditions ○ Ladies and Gentlemen dinners ○ Who's given room to speak in the class room ○ Course literature (men are in majority) ○ Sexual harrasment that nobody dares to question ○ "A slilence culture" that is connected to the hetero norm ○ Inaccessible buildings 	<p> Ida Östenson 5 tim · Stockholm · </p> <p>UNIVERSITET OCH STUDENTIKÅSA VÄNNER! (eller ni som gått där). Vad finns det oftast för problem kopplat till jämställdhet och inkludering? Gärna kopplat till käreorna.</p> <p>SAMMANFATTNING:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sexistiska sånger, insparkar och fester • Herr & Dam-middagar • Beroendet av eldsjälur, bristande kontinuitet och bristen på resurser. • Traditionsfascinationen som leder till föråldrade konsroller • Talartiden utifrån kön under föreläsningar och seminarier • Kurslitteraturen skriven nästan uteslutande av män • Bara manliga 50+ key note speakers på kurser och konferenser • Sexuella trakasserier från lärare som ingen vågar ifrågasätta • Otillgängliga byggnader • Könsuppdelade toaletter • Stark tystnadskultur kring heteronormen

<p>In-equal manifestations at SLU: Dyslexia – slides with a lot of text during lectures How we hire people – exact recruitment (Interfem) Songs in the song tradition in the student union/ academic traditions</p>	<p>Ojämslaldhet på SLU: -PP-bilder med mycket text= svårt att läsa för den med dyslexi -Hur vi värderar meritgrunder vid tjänstetillsättning - Sångtexter i akademiska sammanhang</p>
<p>Univleaks – talk about racism in the university world</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ When we talk about “tolerance” it is from a norm perspective, indicating that what we represent is the way --- and I take the role to decide to “tolerate” aberrations 	
<p>JÄMSTÄLLDHETSEFFEKTEN Equal opportunity effects (or not) Many individuals know THAT – but few know how to</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Values 2. Barriers 3. Community 4. Role models 5. Targeted investments 6. Marketing 7. Cooperation 8. Sustainability 	<p>Många vet ATT– få vet HUR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Värdegrund 2. Hinder 3. Gemenskap 4. Förebilder 5. Riktade satsningar 6. Marknadsföring 7. Samarbeta 8. Långsiktighet 
<p>“Visionens makt” – a film Values– are KEY (the first step) <i>A value ground without action is just a dream, a action with out value ground is only pastime. A value ground in combination with action can change the world.</i></p>	<p>1. VÄRDEGRUND</p> <p>Värdegrund: De grundläggande värderingar som formar en individs eller verksamhets normer och handlingar.</p> <p><i>“En värdegrund utan handling är bara en dröm, en handling utan värdegrund enbart ett löslöjdriv. En värdegrund i kombination med handling kan däremot förändra världen.”</i></p> 
<p>The policy at the student union (at SLU) ... we at SLU invite external lecturers of both genders... This assumes a binary vocabulary....</p>	<p>1. VÄRDEGRUND – ER KÄRPOLICY</p> <p>Kåren ska verka för att alla studenter ska känna sig välkomna till kåren och SLU:</p> <ul style="list-style-type: none"> - att studenterna på SLU får en fysiskt, psykiskt och socialt bra studietid - att likabehandling och mångfald eftersträvas på alla nivåer - att skapa en positiv studiesocial miljö som är tillgänglig för alla studenter - att vara öppen för alla typer av verksamheter som stämmer överens med kårens vision och stadgar att föra kårens traditioner vidare och vid behov utveckla och förbättra dem
<p>How do we develop values?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Grass root work – include all in the work, deeply rooted and including a number of perspectives ○ Finding methods to keep this document “alive” and something that influences the daily activities ○ Make goals (time and reachable) ○ Follow up the and communicate ○ Make it a part of other documents/ strategies and “frames” ○ What are the incentive structure that is connected to the value 	<p>1. VÄRDEGRUND - TIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jobba fram den tillsammans – förankring och perspektiv • Hitta metoder för att hålla den uppdaterad och levande • Gör den synlig och förståelig för alla! • Sätt upp mål och delmål för att realisera den (t.ex. för året). • Utvärdera, revidera och håll levande. Stå på era egna axlar! • Se kopplingen till andra interndokument. • Diskutera internt hur ni hanterar om någonting byter. • Få framgång, men sluta inte arbeta. Inga tomteblöss... 

<p>grounds</p> <ul style="list-style-type: none"> o Celebrate successful developments AND keep working! 	
<p>Identifying the barriers</p> <p>It takes many perspectives to identify the barriers, flaws and shortcomings</p>	<p>2. HINDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Här är alla välkomna! På pappret eller i praktiken? • Osynliga och synliga trösklar som gör det svårare för vissa att skapa och behålla ett engagemang hos er. 
<p>Barriers – look at...</p> <ul style="list-style-type: none"> o Start from the discrimination ground (law) o Use availability lists (both physical and psychological obstacles) o Who is the norm (when we make plans)? o Language o Financial limitations – can we arrange a sliding scale where people can pay on their own terms? 	<p>2. HINDER – TIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Låt många vara med och hinderspana. • Utgå från diskrimineringsgrunderna • Använd tillgänglighetschecklistor! • Vem utgår ni ifrån? Tex: multireligiös almanacka. • Se över språket. • Riv ekonomiska hinder. • Ta kontakt med de som hoppat av eller väljer att inte komma. 
<p>Other possible sources – that may be barriers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Where we meet • What kind of activities • Who's given room to speak • Alcohol • Role models 	<p>Möten/utskott Aktiviteter Lokaler Talartid Jargong Alkohol Förebilder</p> 
<p>Creating a shared community (togetherness)</p> <p>Excluding and including shared communities We and they – how do we use these terms? Those of us! Leaders have a special role – a “Hi” may change things... Feeling accepted and recognized --- even appreciated How do we welcome new individuals? Team building activities to break down old groups</p>	<p>3. GEMENSKAP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemenskaper kan vara både exkluderande och inkluderande. • Hur används orden "vi" och "dom"? • Ledarna har huvudansvar. Ett "Hej!" kan vara avgörande. • Trygghet är A och O för att nå nya målgrupp! • Hur välkomnas nya? • Teambuilding och bryta grupperingar. 
<p>Egalia is an example of a place that is created to start a place for ALL young persons (HBTQ) – leaders are clearly identified (wearing a sign/ cloths) – guided tour of the premises – a presentation of people that are there (with a presentation round of everyone's pronomen).</p>	<p>3. GEMENSKAP - INSPIRATION</p> <p>Egalia, fritidshäng för HBTQ*-ungdomar i Stockholm</p> <ul style="list-style-type: none"> • Låga trösklar. Möter upp nykomlingar, välkomstbrev, guidning samt samlingar med presentation (pronomen), trivselregler * Homo, Bi, Trans och Queer-personer. 

<p>Role models</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Who do I identify with? ○ Leaders create the norm (compare SLUs statistics over gender distribution for different positions...) ○ We have role models at all levels ○ Dare to break the norm! 	<p>4. FÖREBILDER</p> <p>Kan hen/hon/han så kan jag!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifiering • Ledaren skapar normen • Förebilder på alla nivåer • Våga bryta normer 
<p>Role models</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Look for what you don't have in your contact network ○ Look at lists on the web ○ There are 70 000 persons who can help is. For example look at rättviseförmedlingen.se and on their facebook. 	<p>4. FÖREBILDER - INSPIRATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efterlys de ni inte har i ert kontaktnät • Leta i befintliga listor på hemsidan • Cirka 70 000 rättviseförmedlare • www.facebook.com/rattviseformedlingen • www.rattviseformedlingen.se 
<p>Targetet investments</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Don't accept "there are no.... that are interested in..." ○ Special projects to open up ○ Please ask: what is the aim? What do we want to attain? ○ The objective – guides HOW something is done (activity) 	<p>5. RIKTADE SATSNINGAR</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Acceptera inte argumentet: "Det finns ju inga XXX som vill!" • Riktade satsningar öppnar för fler • Ställ er frågorna "vad är syftet?" och "vad ska det leda till?" • Målet är att spela ut sitt syfte – gör en plan för HUR!
<p>Marketing</p> <p>Short film (on Crossing borders home page) about education and marketing.</p> <p>The public room is filled with information. We use symbols and codes to navigate. The one who arrange the marketing, means power.</p> <p>Many persons need to look at the marketing means – question the channels and re-think the communicational objectives.</p>	<p>6. MARKNADSFÖRING</p> <p>Det offentliga rummet är fullt av uppmaningar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Symboler, identifikation & kodning • Marknadsföraren har makt • Samma kanaler, samma målgrupper • Marknadsföring är mer än affischer 
<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Message ○ Channel ○ Symbols ○ Gender in the illustrations and "language" <p>Make the UNDER-repersented visible in the communication!</p>	<p>6. MARKNADSFÖRING – INSPIRATION</p> 

<p>Marketing – suggestions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Make it visible in text and illustrations • Make it very clear that under represented groups are visible • Don't get stuck in old ways of doing things • Communicate the text clearly • Do not assume that the people you want to reach understand terms and concepts that are self-evident for your group • Take into account the language needs • Remember who represent the organisation – identification matters! • Spread marketing through various channels 	<p>6. MARKNADSFÖRING - TIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synliggör de ni vill nå i text och bild. • Synliggör endast underrepresenterade grupper i sektorer med stora skevheter. • Fastna inte i gamla tankemönster om vem som gör vad. • Kommunicera tydligt i text vilka ni riktar er till så att ingen undviker att komma för att den inte är säker på att vara inkluderad. • Utgå inte från att de ni vill nå förstår termer och begrepp som är självklara för er. • Ta hänsyn till särskilda språkbehov, t.ex. nyanlända. • Tänk strategiskt kring vilka som representerar er vid utövrade marknadsföringsaktiviteter – identifiering spelar roll! • Sprid er marknadsföring i olika kanaler, med särskilt fokus där de ni har svårigheter att nå finns.
<p>Cooperation</p> <p>Collaboration may benefit equal opportunities – in more deliberate efforts towards INCLUSION.</p>	<p>7. SAMARBETE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Samarbete kan gynna jämställdhets- och inkluderingsarbetet - Inspiration och erfarenhetsutbyte. Lär av varandras misstag och framgångar - Nya perspektiv och ny kunskap - Varandras kontakter och målgrupper 
<p>Collaboration – inspiration</p> <p>Techeq – good example where different IT companies come together to help each other with equality. Great success!</p>	
<p>Who is the most UNEXPECTED collaboration partner?</p> <ul style="list-style-type: none"> - What can they offer? - This is a very useful way of thinking OUT of the box! 	<p>BRAINSTORM</p> <p>Vilka är era mest oväntade samarbetspartners?</p> <p>Kom på en sak ni skulle kunna göra tillsammans!</p> 
<p>Working with the eyes in the horizont</p> <p>Creating longterm solutions</p> <p>Educational efforts</p> <p>Shared experiences in dialogue (crisis and bragging moments)</p> <p>Be realistic – reward every step on the way!</p>	<p>8. LÅNGSIKTIGHET</p> <ul style="list-style-type: none"> • För att skapa hållbar förändring krävs att vi arbetar långsiktigt och strukturerat. • Temadagar och andra tillfälliga insatser kan vara inspirationskällor, men inte störsimnen i arbetet. • Jämställdhet och inkludering som ständigt punkt någon har ansvar för. • Berör alla! • Dokumentera och förbilda varandra för att ta tillvara på kunskap och erfarenheter (samt för att minska personbundenheten). • Var realistiska – gör det möjligt för er att få klappa er på axeln. • Ta fasta på mål och delmål (kopplade till värdepunder) och ta fram handlingsplan. 

Eight short films for inspiration

A test in equal opportunities – to see what the current status is – and see the development over time! www.jhe.nu and movies at www.crossingboarders.se/filmer - you can find english subtitle

Filmer & Jämställdhetseffekten online

www.crossingboarders.se/filmer & jhe.nu

