

Checklistor Jämställdhet och mångfald

1 Checklista vid utformning av kommunikationsmaterial

BILDER

- Vi har sett till att det är lika många kvinnor och män i bild.
- Vi har sett över bilder och texter rörande om någonting behöver förändras för att uppnå jämlikhet.
- Vi har sett till att ev. fotograf som anlitas har kunskap inom normkritiskt/normkreativt förhållningssätt eller informerats om att alla bilder ska tas utifrån villkor för kvinnor och män vid fotografering (var, hur, ansiktsuttryck etc.)
- Vi har säkerställt att bilderna tagits med rätt perspektiv (ex inte tagit kvinnofoton uppifrån och ner medan männens foton är tvärtom etc.).
- Vi har tänkt på att det går att välja motiv och bilder som breddar samhällsnormer snarare än att använda stereotypa bilder (med avseende på t ex etnicitet, funktionalitet, könsidentitet, religion, sexuell läggning, ålder). Det handlar om att inte bara spegla och reproducera omvärlden utan även bidra till att bredda normer, vara normbrytande och lyfta fram andra exempel, oavsett hur det statistiskt ser ut. Med vår kommunikation kan vi ta ansvar och påverka och bidra till ett samhälle för jämlikhet och lika värde och mot diskriminering. Vi kan bidra till att lyfta fram förebilder för varandra och kommande generationer och vara med och påverka och skapa framtiden. Vi har makt i vår kommunikation över vilka som syns och kan med denna makt förändra samhället genom att tänka på saker som om bilden representerar den mångfald som finns i samhället och vem som får synas på bild.
- Bildbyrån www.johner.se är specialiserade på normkritiska bilder och den kan man använda om man inte har möjlighet att anlita fotograf.

TEXTER

- Vi har undvikit myter och stereotyper i texter och bilder.
- Vi har sett över vilken roll som tilldelas kvinnor resp. män i text och bild (aktiv/passiv, subjekt/objekt, offer/förövare, vi/de, stark/svag, handlar/agerar, står i centrum etc.)
- Vi har sett över att texterna inte har ett vi/dem perspektiv.
- Vi har goda exempel och förebilder i text och bild som visar vägen för fler och uppmuntrar till att bryta normer.
- Vi har undvikit att förstärka stereotypa föreställningar.
- Kvinnor och män framställs på ett nyanserat och rättvist sätt i texten.
- Vi har använt ett könsneutralt språk.
- Vi har sett över i vilken ordning personer nämns (tex inte alltid nämna män före kvinnor).
- Vi har ställt samma frågor till kvinnor och män.
- Texter bör skrivas så att de är lättillgängliga på lättläst svenska dvs kortare meningar och ord. Tydlig ingress och korta stycken, undvik kursiv stil och versaler, undvik att ha en för liten textstorlek och undvik att ha för dålig kontrast mellan text och bakgrund.
- Vi har samma information i ex faktarutor (ex familj/barn etc.) för både kvinnor och män.

2 Checklista inför event

- Vi har lagt tiden för eventet så att det finns lika möjlighet för många att delta (frukost- & lunchevent bör premieras före eftermiddags- och kvällsevent pga. barnhämtning).
- Eventet är tillgängligt för många (det finns mikrofoner/hörslinga, anpassning för rullstolsburna, anpassat för allergiker, språket är enkel svenska alt. engelska om möjligt etc.).
- Vi har arbetat mot en jämn könsfördelning rörande föreläsare och representerade på scenen.
- Vi kommer att räkna könsfördelningen på eventet (både rörande deltagare och antal på scenen) samt analysera utfallet av arrangemanget utifrån kön.
- Vi har tänkt igenom könsfördelningen i programmet, vem som får prata om vad (exempelvis expert eller moderator) och vilka representanter vi skickar från projektet.
- Ämnesområdet och föreläsarna är något som båda könen kommer att finna intressant.
- Vi har tänkt på om det kan finnas kvinnliga sektorer och ämnen runt detta som ett event kan riktas sig specifikt mot.
- Både kvinnor och män har deltagit i att utforma eventet (definiera problem, behov, strategi, schema etc.).
- Vi kommer att se till att alla kommer till tals. Behöver vi uppmuntra/aktivt arbeta för att kvinnor ska komma till tals, kommer vi att göra det. (Tänk ut hur.)
- Vi kommer att göra en analys (rapport) av eventet och komma med förslag på förbättringar, även avseende på hur nästa event kan bli mer jämställt.

3 Checklista rörande spridning av information

- Vi har nyttjat grupper såsom #addher, teknikkvinnor och andra kvinnliga nätverk.
- Vi går kontinuerligt igenom kontaktlistor och lägger till kvinnor.
- Vi har funderat på alternativa sätt och kanaler för marknadsföring för att nå ut till fler.
- Vi har spridit informationen brett för att säkerställa att vi når ut till en mångfald av personer (nyhetsbrev, Facebook, media, Instagram, Twitter, tryckmaterial, andra aktörers kanaler etc.).