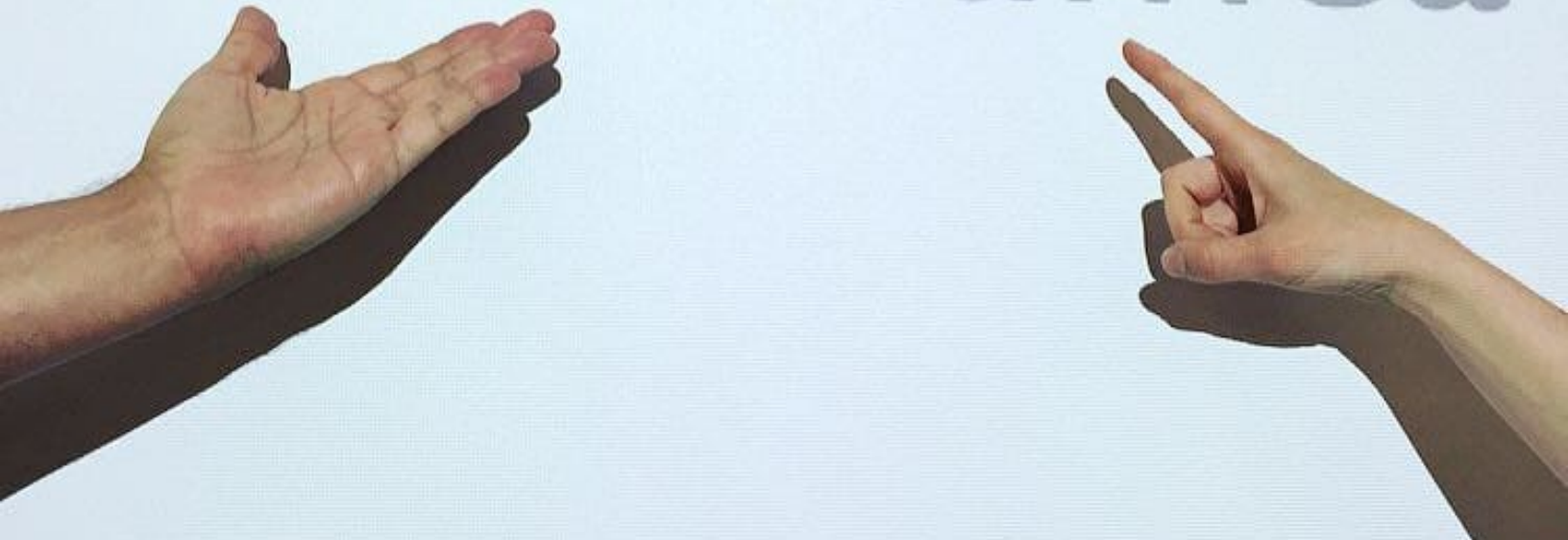


#normumeå



Fem steg till framgång: Inkluderande content, normkritisk grund

2016-06-28 09:07 CEST

Fem steg till framgång - En guide till inkluderande content

Vem missar du i din kommunikation? Den 22 juni höll Anna Galin, projektledare på Henson, två föreläsningar om hur vi utifrån normkritisk grund kan arbeta för att vara mer inkluderande i kommunikation.

Under föreläsningen gav Anna riktlinjer och strukturer kring hur vi kan bli bättre på att inkludera alla i vår kommunikation. Det viktigaste är givetvis att utbilda sig och att koppla kompetenser inom normkritik till det kommunikativa arbetet.

- Men rent konkret är första steget efter det att börja med att kartlägga hur det ser ut idag för att se vad vi kan göra bättre, säger Anna Galin som höll de båda föreläsningarna.

1. Självisikt

- Vilka privilegier har jag?
- Utgår jag från att de flesta är som mig och mina vänner? Tänk om i så fall.
- Vilka är det som bestämmer vad som är viktigast och vad kommer med?

2. Undersök

Bild

- Räkna huvuden. Vilka är ofta med och vilka saknas?
- Vad gör personerna på bilden? Är de stereotyp avbildade?

Text

- Får normbrytare framförallt representera sitt normbrytande?
- Får personer oavsett kön lika mycket utrymme? Nämns de på samma sätt med för- och efternamn? Får de samma typ av frågor?

3. Planera

- Besluta att inkludering är ett måste, inte ett pynt.
- Bestäm redan från början från vilka som ska porträtteras och vad som ska inkluderas.
- Behöver du få perspektiv? Sätt samman en referensgrupp eller fråga intresseorganisationer.

4. Genomför

- Ställ krav på att fotografer och skribenter som du anlitar ska ha

- mångfalds- och genuskoll.
- Låt någon titta igenom allt material med normkritiska glasögon innan publicering.

5. Förbättra

- Vilka missade vi som ska med nästa gång?
- Vad drar vi för lärdomar och hur kan vi bli bättre?

Föreläsningen om inkluderande kommunikation var den första i en serie av föreläsningar som Henson anordnar i Umeå. Här näst, den 21 september, ligger "Vad och vem litar vi på?" av och med Peter Westermark, strateg på Henson. Föreläsningen har sin utgångspunkt i förtroendebarmetern och kommer att fördjupa sig i vad och vem vi litar på och hur vi som avsändare kan använda oss av den kunskapen i vår kommunikation.

Henson är en kommunikationsbyrå med rötterna inom PR. Våra spetskompetenser finns inom undersökning, opinionsbildning samt redaktionell och digital kommunikation. Vi vill vara bäst på att agera på kunskap om våra uppdragsgivares omvärld.

Kontaktpersoner



Åsa Stocksén

Presskontakt

vd

asa.stocksén@hensonpr.se

070-739 74 32