WORLD ASSOCIATION
OF GIRL GUIDES
AND GIRL SCOUTS

# VÆRKTØJSKASSE TIL KØNS- OG DIVERSITETS MAINSTREAMING

# *Tak til*

DENNE MANUAL ER UDARBEJDET AF DE FØLGENDE FRIVILLIGE I EUROPE REGION WAGGGS (ERW):

Milèna Chantraine
Ilaria Esposito
Jean-Mark Guérin
Emma Guthrie
Rok Pisk
Ilmi Salminen
Laure Salamon
Eszter Tóth
Zahra Clarke-Johnney
Niina Johannsson
Annina Kainu
Miriam Madsen
Irini Kappou
Tania Mendes
Emma Withington
Ursula Früh
Agnes Kauer

PROJEKTSPONSORER

Nina Fleck
Petra Stipanič
Eri Papadopoulou

PROJEKTLEDERE

Catherine Bailey Gluckman
Manuela Capraro
Camaro West

"Femspørgsmåls"-modellen blev udviklet af Scouterna, og ERW-mainstreamingprojektet blev udviklet i samarbejde med Nordic Gender Group.

# Indhold


INTRODUKTION ..... 4
- Hvorfor køn og diversitet? ..... 4
- Hvad mener vi med køn? ..... 4
- Hvad mener vi med diversitet? ..... 6
- Hvad er køns- og diversitetsmainstreaming? ..... 8
- Europe Region Research – hvor befinder vi os nu? ..... 9
- Værktøjskassens relevans for pigespejderorganisationer og organisationer med blandede køn ..... 10
- Hvordan bruges denne værktøjskasse? ..... 10

VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT ..... 12
- Skridt for skridt – brug af værktøjskassen ..... 12
- At drive et projekt ..... 14
- Databeskyttelse ..... 19
- Participatory Action Research ..... 20

KERNEOMRÅDE: MEDLEMMER ..... 22

PROGRAMMER ..... 28

RELATION TIL SAMFUNDET ..... 36

ØKONOMI ..... 42

STRUKTUR OG LEDELSE ..... 48

EFTERUDDANNELSE ..... 54

ARRANGEMENTER ..... 60

RESSOURCER TIL ENHEDSLEDERE ..... 66

APPENDIKS: ORDFORKLARING ..... 70

# INTRODUKTION

## HVORFOR KØN OG DIVERSITET?

Europe Region WAGGS (ERW) har en forpligtelse til at arbejde med emnet køn og diversitet i alt, hvad det foretager sig. Spejderarbejdet sker ikke i et vakuum: Det sker indenfor en bredere samfundskontekst, hvori vi alle har forskellige erfaringer og møder forskellige udfordringer. For at sikre at alle, som ønsker adgang til spejderbevægelsen, er i stand til det, er det nødvendigt, at vi arbejder aktivt på at omfavne forskellighed i vores bevægelse. Dette er afgørende for at opnå vores mål og mission om at gøre piger og unge kvinder i stand til at udvikle deres fulde potentiale som ansvarlige medborgere i verden. Du kan læse mere om disse forpligtelser i ERW-strategien om køn og diversitet[ii]

Spejderarbejdet påvirker udviklingen af unge menneskers identitet fra en tidlig alder og spiller en unik rolle, idet det tilbyder vores medlemmer muligheder for at udvikle sig. Det er vores ansvar at skabe rum, hvor unge mennesker og deres ledere kan respektere og dele forskelligheder; at hjælpe dem med at få et tilhørsforhold i spejderbevægelsen.

Omfavnelse af inklusion er et spørgsmål om velvære. At sikre børns og unge menneskers velvære i alt, hvad vi foretager os, er grundlaget for at levere et godt program og skabe et miljø, hvor unge mennesker kan lære at trives.[iii]

## HVAD MENER VI MED 'KØN'?

UN Women (FN's enhed for ligestilling og forbedring af kvinders forhold) definerer køn som:

*"... de roller, væremåder, aktiviteter og karaktertræk, som et givet samfund på et givet tidspunkt anser som passende for mænd og kvinder... Disse karaktertræk, muligheder og forhold er socialt konstruerede og indlæres gennem socialiseringsprocesser. De er kontekst- og tidsspecifikke såvel som foranderlige. Køn afgør, hvad der forventes, tillades og værdsættes ved en person i en given kontekst. I de fleste samfund er der forskelle og uligheder kvinder og mænd imellem, hvad angår de ansvarsområder, de tildeles, aktiviteter de påtager sig, adgang til og kontrol med ressourcer såvel som muligheder for beslutningstagning. Køn er del af den bredere sociokulturelle kontekst, lige så vel som andre væsentlige kriterier for sociokulturel analyse såsom klasse, race, fattigdomsniveau, etnisk gruppe, seksuel orientering alder etc."*[iv]

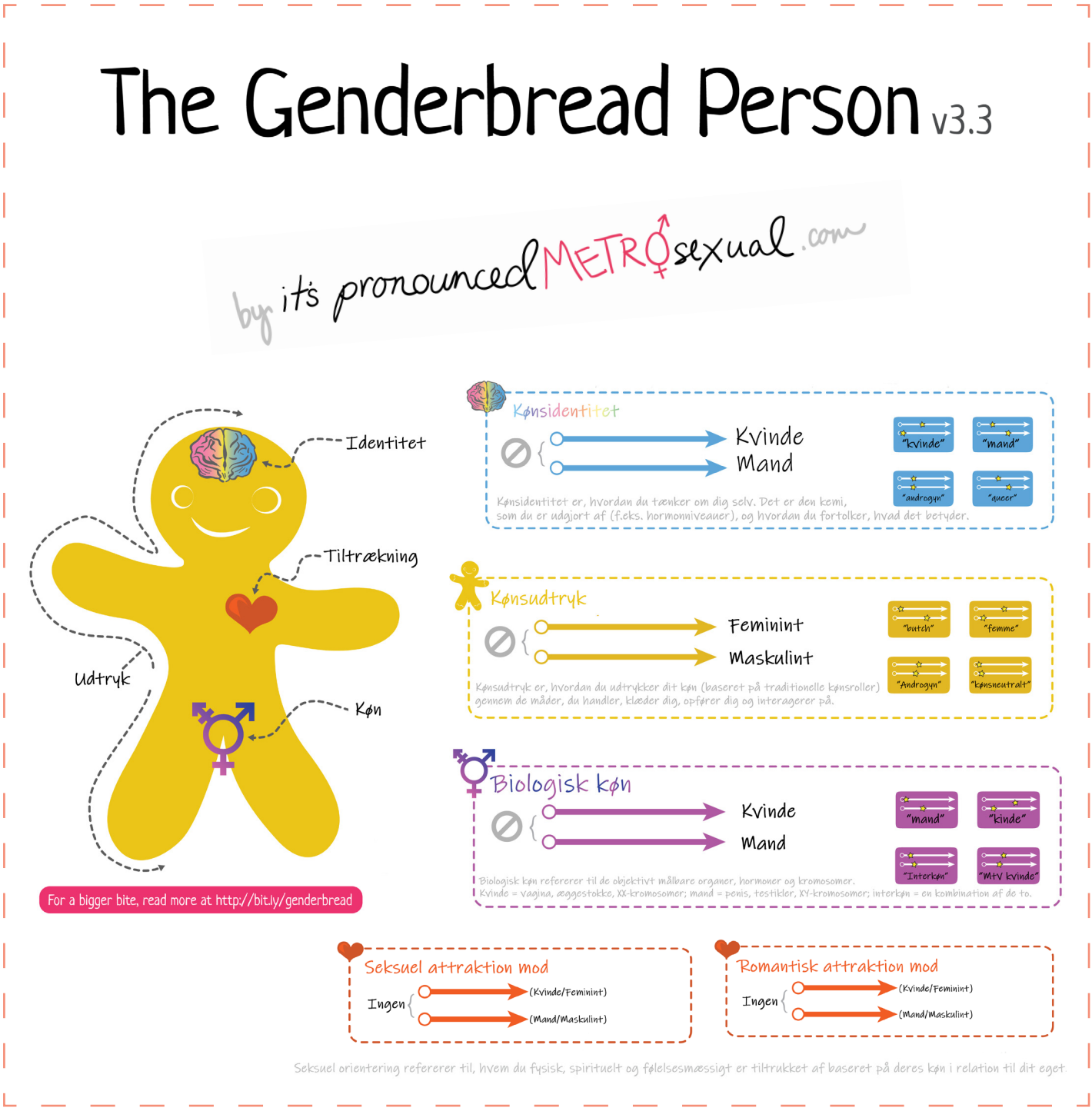
Kort sagt er 'køn' det sociale aspekt af vores identitet som kvinder og mænd: Måden vi klæder os på, måden vi opfører os på offentligt, måden vi interagerer med medlemmer af samme og forskellige biologiske køn, rollerne vi har i vores familier, forventningerne vi har til vores liv. Det er alt det, vi indoptager fra vores kultur, samfund og erfaringer, som bliver del af vores oplevelse af at 'være en kvinde' og at 'være en mand'. Det er vigtigt at notere sig, at ikke alle oplever at være at 'være en kvinde' eller at 'være en mand' i den forstand, som er mest udbredt i deres samfund, og at mange mennesker ikke identificerer sig med en af de to binære kategorier.

---

*[i] Oversætters note: På nuværende tidspunkt findes der ingen alment anerkendt dansk oversættelse af det engelske ord 'mainstreaming', som det optræder i denne sammenhæng. Derfor har jeg i denne oversættelse valgt at bibeholde den engelske term. For nærmere forklaring af begrebet henvises der til afsnittet 'Hvad er køns- og diversitetsmainstreaming' og/eller ordforklaringen i appendikset*
*[ii] http://en15egsc.europak-online.net/wp-content/uploads/2015/12/Document-EGC-5_Strategy_EN.pdf*
*[iii[ https://www.wagggs.org/en/resources/child-protection-toolkit/*
*[iv] UN Women, http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsandefinitions.htm*

## WHAT DO WE MEAN BY 'GENDER'? (Fortsat)

Alle former for køn, i alle kulturer, er omgivet af normer, passende væremåder og traditioner. Disse påvirker måden, vi har det med os selv på, lige så vel som måden andre ser os på – i vores personlige relationer, på arbejdet og i sociale kontekster såsom spejderarbejdet. Vores køn har derfor indflydelse på, hvordan vi oplever og opfatter alting.



# INTRODUKTION

## HVAD MENER VI MED 'DIVERSITET'?

'Diversitet' i en gruppe af mennesker betyder, at hvert individ indeholder forskellige karakteristika, som kan bruges til at differentiere imellem dem. Konkret kan dette være alt fra, hvorvidt de drikker alkohol, til hvor mange bøger hver af dem har i deres hjem.

Set fra et socialt og samfundsmæssigt perspektiv refererer diversitet imidlertid til den slags forskelligheder, som forårsager, at folk bliver behandlet forskelligt i samfundet. Alder, klasse eller kaste, økonomisk baggrund, etnisk baggrund, fysisk formåen, religion, seksualitet og lingvistiske forskelle er nogen af de mest almindelige forskelle, som adresseres i diversitetsprojekter. Denne slags forskelle kan have betydning for, hvordan man behandles i det samfund, man lever i.

Inklusion betyder at være respektfuld og opmærksom på sådanne forskelle, og bevidst om den indvirkning de har på en persons interaktion med og forståelse af alt i verden omkring dem – inklusiv det arrangement, aktivitet eller proces du lige nu tager stilling til, når du anvender denne værktøjskasse. Alle og enhver påvirkes til tider af eksklusion, det er en almen menneskelig oplevelse, vi alle deler og måske endda reproducerer ubevidst. Det er vigtigt aktivt at tage del i inkluderede praksisser, så vi kan demonstrere, at vores bevægelse omfavner mangfoldighed og gør verden til et bedre sted for alle.

*"Men på min arbejdsplads/familie/spejderorganisation er vi køns-/race-/færdighedsneutrale! Vi behandler alle ens!"*

At være 'kønsneutral', ved at sige 'Jeg ser personen, ikke racen' og på andre måder at positionere sig selv som værende neutral overfor forskellighed, lyder som om, at det er positivt – en tilgang, der behandler alle mennesker ens uanset deres personlige karakteristika.

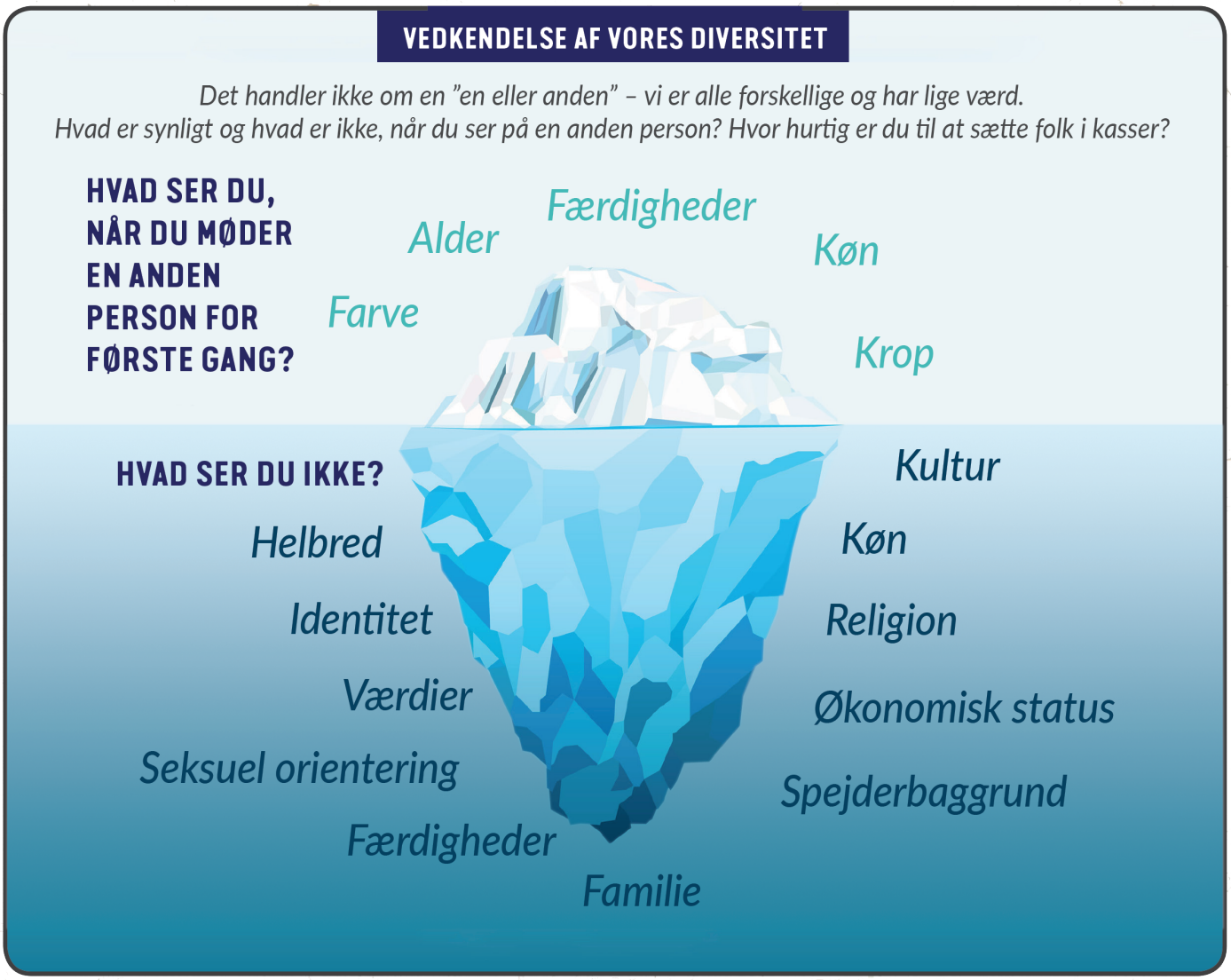
En sådan tilgang ignorerer imidlertid det faktum, at vores forskelligheder påvirker måden, hvorpå vi opfatter og forstår alt i verden omkring os, såvel som måden vi agerer som reaktion på denne. En sådan tilgang tager ikke højde for, at forskellige mennesker har brug forskellige former for støtte for at opnå de samme mål, netop på grund af deres erfaring som en person med køn, race, et sæt af færdigheder, økonomisk baggrund, uddannelsesniveau, seksualitet eller en hvilken som helst anden form for diversitet. Hvis man ikke har haft samme privilegier og erfaringer som andre, er det muligt, at man vil finde visse ting markant vanskeligere – der er behov for, at dette anderkendes og tages i betragtning af de ledere/folk, der har ansvaret for en situation eller aktivitet; at det anerkendes, at alle har forskellige udgangspunkter.

## WHAT DO WE MEAN BY 'DIVERSITY'? (Fortsat)

Personer, der har erfaring med en lang række forskellige sociale forskelle, vil opleve hver af disse forhold på forskellig vis. Yderligere forskelligheder 'tilføjes ikke blot til listen', de forandrer hinanden indbyrdes. Eksempelvis vil to femtenårige piger i den samme klasse i et hovedsageligt kristent land ikke have den samme oplevelse af at være kvindelige teenagere, hvis en af dem er katolsk og den anden muslim. En opmærksomhed på dette forhold kaldes en intersektionel tilgang .

Intersektionalitet tager højde for den komplekse, akkumulerende måde, hvorpå effekterne af forskellige former for diskrimination og undertrykkelse kombineres, overlapper og krydser hinanden.

Mainstreaming er en stærkere tilgang end 'neutralitet', fordi den tager højde for alle disse forskellige sammensatte oplevelser med henblik på at tilbyde en egentlig individuel støtte.




[4] https://www.wagggs.org/en/our-world/europe-region/

# INTRODUKTION

## HVAD ER KØNS- OG DIVERSITETSMAINSTREAMING?

Mainstreaming betyder ganske enkelt, at køn og diversitet medtænkes i alt, hvad du gør. Det er en proces, hvorigennem du kan arbejde hen mod at blive fuldt ud inkluderende, for hermed at sikre at alle interessenter er involveret i et trygt, åbent og mangfoldigt miljø, som bedst muligt møder din organisations behov og virkelighed.

Når vi tænker køn og diversitet, overvejer vi nogle gange at udvælge bestemte målgrupper af mennesker: f.eks. folk fra en religiøs eller racemæssig minoritet i vores land; folk med fysiske funktionsnedsættelser; folk fra en bestemt socioøkonomisk baggrund. Denne tilgang kan være nyttig under visse omstændigheder. Ikke desto mindre er vi alle forskellige på en lang række forskellige måder. Vores identitet består af mange lag, og en person kan på en og samme tid tilhøre både priviligerede og underprivilegerede grupper. Udefra set kan to personer måske ligne hinanden men have behov for vidt forskellig støtte for at kunne opnå de samme mål.

I stedet for at målrette indsatsen mod en bestemt gruppe, hjælper mainstreaming dig til at tage hensyn til disse aspekter og udvikle en tilgang til aktiviteter, som er fleksibel og støttende for alle. Det handler om at skabe en tankegang, hvor du er åben overfor at tilpasse din planlægning, arbejde og evaluering, så du kan tage højde for og omfavne dine medlemmers forskelligheder.

*Men vi arbejder allerede med køn og diversitet…*

Og det er fantastisk! Mange medlemsorganisationer (MO'er) driver allerede fremragende projekter og har igangsat alle mulige former for nye initiativer for at imødegå ulighed mellem kønnene og for at sikre, at deres medlemsskare er så mangfoldig som muligt.

The ERW Gender and Diversity Task Forces og the ERW Gender and Diversity Working Group har udviklet og produceret denne værktøjskasse for at hjælpe MO'er med at mainstreame køn og diversitet i alt deres arbejde. Denne ressource er blevet udviklet som følge af adskillige forsknings- og pilotprojekter i regionen og er et fleksibelt udgangspunkt og opslagsværk, som kan anvendes, når du overvejer, hvordan det kan sikres, at dit arbejde, aktiviteter og måder at operere på er så inkluderende og fordomsfri som muligt. Det er en vedvarende rejse.

Køns- og diversitetsmainstreaming skal forstås som en tilgang, men betyder ikke at enhver aktivitet, du står for, vil opfylde samtlige kriterier for inklusion. Med fleksibilitet, variationer og ved at udgøre en del af et varieret program, vil tilgangen overordnet sikre, at spejderarbejdet er fuldt ud inkluderende.

# INTRODUKTION

## EUROPE REGION RESEARCH – HVOR BEFINDER VI OS NU?

Vores forskning har vist, at der stadig er meget at tage fat på, selv i MO'er som allerede fokuserer på og arbejder åbent med emnet. **Kortlægningsprojekter** ('mapping projects') har også indikeret, at nogle MO'er ønsker yderligere støtte for at sikre en bredere tilgang til information.

Især **The Gender and Leadership Project** viste, at MO'er, som arbejder med køn og diversitet som tematiske områder, muligvis stadig kan have gavn af yderligere initiativer for bedre at kunne tilpasse sig hver enkelt medlems individuelle behov. Projektet fulgte både pigespejdergrupper og grupper med blandede køn og fandt, at de unge mennesker stadig kæmpede med effekterne af kønsbias i begge grupper.

The Gender and Leadership Project var et forskningsprojekt, som i 2016 blev udført af WAGGGS i samarbejde med Girlguiding UK (Skotland) og Scouting Nederland (SN) under konsultation af Oxford Brookes University. Ved at bruge en Participatory Action Research-tilgang undersøgte SN (en gruppe med blandede køn) og Girlguiding Scotland (en pigespejdergruppe), hvordan deres unge medlemmer opfattede kønsnormer, og hvorvidt piger og unge kvinder følte, at de havde lige muligheder for at forfølge ledelsesroller både inde og uden for bevægelsen.

Rapporten, som du kan downloade på WAGGGS's hjemmeside[v], viste, at mens individuelle medlemmer måske er opmærksomme på køns- og diversitetsproblematikker som politiske og sociale koncepter, har de undertiden behov for hjælp til at identificere dem i deres eget liv som barrierer, der kan stå i vejen for opfyldelse af personlige mål. Rapporten viste også, at der er plads til større refleksion omkring de sande forskelligheder, som er tilstede i en ellers tilsyneladende homogen gruppe.

The Gender and Leadership Project er et eksempel på Participatory Action Research, hvor både frivillige på et nationalt niveau og lokale ledere af en MO arbejdede sammen med en forsker på at skabe projektet. Det betød, at forskningen udelukkende blev udført i henhold til, hvad der specifikt var relevant for deres kontekst, og dermed gjorde det muligt for deltagerne at foretage de nødvendige forandringer undervejs i projektet. De lokale ledere rapporterede, at de fandt det ekstremt positivt og overraskende nemt at arbejde med, og at det var en ny måde for MO'er at indsamle live information om deres nuværende situation på. Vi anbefaler i høj grad, at du læser sammendraget af projektet, hvis det interesserer dig.

*[v] https://www.wagggs.org/en/our-world/europe-region/*

# INTRODUKTION

## VÆRKTØJSKASSENS RELEVANS FOR PIGESPEJDERORGANISATIONER OG ORGANISATIONER MED BLANDEDE KØN

Vi er altid omfattet af oplevelsen af at "blive kønnet", selv når vi er alene, uanset om der er andre køn tilstede eller ej. I et miljø, hvor der kun er piger/kvinder tilstede, kan forventninger til køn være lige så begrænsende som i omgivelser med blandede køn. Begge læringsmiljøer tilbyder en lang række muligheder for at arbejde med emnet køn.

I et miljø, hvor der kun er piger/kvinder tilstede, kan vi tage afsæt i den unikke støtte, som personer, der har haft lignende oplevelser, kan tilbyde for at styrke hinanden. Vi kan bevidst designe aktiviteter, hvor medlemmer kan forsøge sig med sig roller og synspunkter, der er meget forskellige fra dem, de normalt befinder sig i, eller som samfundet forventer af deres køn.

Mainstreaming af både køn og diversitet er lige vigtigt i både pigespejderorganisationer og organisationer med blandede køn. Uanset hvilken organisation du kommer fra, vil du blive i stand til at stille dig selv og organisationens andre medlemmer alle de spørgsmål, som er i denne værktøjskasse.

Nogle gange kan det være nemmere at se, hvordan et fokus på diversitetsspørgsmål, især køn, er mere relevant i et miljø med blandede køn, hvor unge mennesker må forhandle forhold mellem køn indenfor deres oplevelse med spejderarbejdet og spejdermøder etc. Forskning udført i ERW Gender and Leadership-projektet viste imidlertid, at der selv i grupper udelukkende bestående af piger/kvinder er flere gode grunde til at være opmærksom på kønsidentiteter:

- Spejderarbejdet finder ikke sted i et socialt vakuum. Selvom unge mennesker involveret i spejderbevægelsen viser færre tegn på kønsbias end unge mennesker uden for bevægelsen, bringer de ikke desto mindre det bredere samfunds og kulturs fordomme om køn med sig ind i bevægelsen.
- Dette kan ikke alene påvirke måden, de behandler hinanden på, men også måden de anskuer sig selv og den tiltro de har til deres egen evne til at forfølge muligheder, både inde og uden for bevægelsen.
- Unge menneskers sammensatte identiteter bevirker, at de ikke oplever deres køn på samme måde. En pigespejdergruppe vil således være sammensat af unge mennesker, som lever med deres køn på forskellig vis.

HVORDAN

## BRUGES VÆRKTØJSKASSEN?

Denne værktøjskasse er skabt som et værktøj til refleksion og vejledning, når du skal forholde dig til køn og diversitet i de unikke miljøer, du færdes i. Det er et redskab designet til at være fleksibelt og adaptivt; udvalgte dele kan tages i brug og anvendes efter behov, snarere end at det er et samlet program, som skal gennemføres fra ende til anden.

Køns- og diversitetsmainstreaming er en rejse, som vi i ERW er på sammen som et team, og sammen med dig. Dette er en vedvarende proces, som er under konstant udvikling, og der er ingen forventning eller noget pres om, at enhver aktivitet øjeblikkeligt bliver 100 % inkluderende. Dette er en proces, som giver organisationer mulighed for at vokse og udvikle sig, i hvilken der løbende reflekteres over de beslutninger, der bliver truffet, og deres indvirkning.

## *Noter*

# VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT

## SKRIDT FOR SKRIDT – BRUG AF VÆRKTØJSKASSEN

Denne værktøjskasse præsenterer fem store spørgsmål, som stilles indenfor seks kerneområder. Spørgsmålene brydes ned til mere praktiske underspørgsmål, som du kan stille dig selv for at sikre, at du er opmærksom på køns- og diversitetsproblematikker i alle aspekter af dit arbejde. De mindre, praktiske spørgsmål er tiltænkt folk engageret i MO'er på nationalt niveau. Hvis du og dit team, som en del af jeres proces i forbindelse med et givet projekt indenfor et hvilket som helst arbejdsområde, reflekterer over disse spørgsmål, så mainstreamer I.

## 6 KERNEOMRÅDER

Værktøjskassen relaterer sig til eksisterende WAGGGS-materialer angående organisationsudvikling, dvs. Guidelines for Self-Assessment for Growth, og fokuserer på seks kerneområder:

- Medlemmer
- Programmet
- økonomi
- Relation til samfundet
- Struktur og ledelse
- Efteruddannelse

Hvert kerneområde har sit eget kapitel.

## FEM NØGLESPØRGSMÅL

I hvert kapitel vil du blive stillet fem spørgsmål. Dette er de samme spørgsmål, som fremgår af mainstreamingværktøjet "Quick Start", som kan downloades på ERW's hjemmeside [vi]

### De fem spørgsmål er:

- Hvem når vi ud til?
- Hvem melder sig ind?
- Hvem bliver?
- Hvem har indflydelse?
- Hvem forlader os?

Dette er spørgsmål, som du og dit team kan stille jer selv angående ethvert aspekt af jeres arbejde. I hvert kapitel om kerneområderne foreslås specifikke underspørgsmål, som tilgås separat og arrangeres i henhold til et kønsperspektiv og derpå et diversitetsperspektiv.

Måske vil det vise sig, at der er nogle af spørgsmålene, du ikke kan besvare. Dette kan vise sig nyttigt, da det kan pege dig i retning af, hvor du kan overveje at indsamle data om emner, som du ikke undersøger på nuværende tidspunkt.

[vi] https://www.wagggs.org/en/resources/gender-mainstreaming-europe/

# VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT

## SKRIDT FOR SKRIDT – BRUG AF VÆRKTØJSKASSEN

Indsamling af data er helt afgørende i køns- og diversitetsmainstreaming. Spejderarbejdet sker ikke i et vakuum, og vi bringer således de fordomme, som er tilstede i samfundet, med ind i vores aktiviteter, også selvom vi ikke ønsker det. Ved at se på folketællingsdata ('census data') og indsamle specifikke data relateret til køn og diversitet kan vi få indblik i aspekter af vores korps, som før var usynlige. Hvis du allerede er meget inkluderende, og du ikke har anden data til rådighed end den almindelige opfattelse i din organisation, så er dette en god mulighed for at starte din dataindsamling. Dette vil også være ekstremt brugbart, hvis du arbejder på at udvide din organisation. (Yderligere information om dataindsamling fremgår af appendikset bagerst i denne værktøjskasse.)

### 1. HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvordan og hvornår kommunikerer vi om vores aktiviteter til andre?
- Hvordan og hvornår kommunikerer vi med vores gruppe?
- Er vores eksterne og interne kommunikation (ubevidst) tilpasset bestemte personer?

### 2. HVEM MELDER SIG IND?

- Hvordan kan vi gøre det nemmere at blive spejder eller leder?
- Når nogen bliver medlemmer, hvilken rolle indtager de da? Er dette forbundet med deres køns- eller identitetsgruppe?
- Er de, der melder sig ind, repræsentative for vores lokalsamfund og samfund?

### 3. HVEM BLIVER?

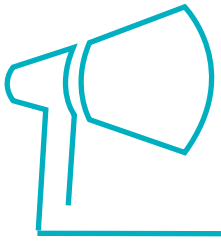
- Hvem bliver langvarige medlemmer? Er der et mønster i de drenge og piger, som bliver?
- Adresseres alle køns og andre gruppers grundlæggende behov på retfærdig og upartisk vis?
- Er der ulige eller diskriminerende roller og ansvarsområder, hvad angår beslutninger om opgaver, ansvarsområder og beslutningstagning?

### 4. HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvem er i stand til at gøre deres mening gældende, og hvem lyttes der til på forskellige niveauer?
- Anvendes der i praksis strategier for at opmuntre dem, som ikke kommer til orde, til at deltage?

### 5. HVEM FORLADER OS?

- Hvem stopper og hvorfor? Hvad gør du for at forstå årsagerne bag?
- Udfordres ulighed og diskrimination konstruktivt?



# VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT

## AT DRIVE ET PROJEKT

Når man starter et projekt, har du eller din MO måske en foretrukken struktur eller procedure, som vil informere udviklingen af projektet. Hvis ikke, kan du overveje at bruge det følgende:

**IDENTIFIKATION**

- Hvad er projektets rolle? Hvem er det for, og hvem skal involveres?
- Hvad er tidshorisonten og budgettet til rådighed?
- Hvad er projektets mål?

**FORMULERING (PLANLÆGNING)**

- Definition af opgaver og ansvarsområder
- Oprettelse af tidsplan og identifikation af milepæle og prioriteter
- Identifikation af risici

**IMPLEMENTERING**

- Udførelse af de planlagte aktiviteter

**MONITORERING**

- Indsamling af data ved på forhånd definerede tidspunkter

**EVALUERING OG KONKLUSION**

- Evaluering i henhold til den indledningsvise plan; er målene blevet nået?
- Læring fra succeser og udfordringer, udbredelse af succeshistorier
- Overdragelse til dem, der fortsætter arbejdet

For mere information om projektstyring kan du bruge WAGGS' ressourcer, *Be The Change*[vii] eller *WAGGGS Leadership Resources: Management Skills*[viii]

[vii] https://www.wagggs.org/en/resources/be-change-community-action-toolkit/
[viii] https://www.wagggs.org/documents/1055/Resources_management_skills_FINAL.pdf

# VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT

## AT DRIVE ET PROJEKT

### DATAINDSAMLING

**1. Hvad mener vi med dataindsamling? Hvorfor er det vigtigt?**

Data betyder fakta eller statistikker indhentet til reference eller analyse. De mulige data, som kan indsamles, er ubegrænset, så vi bør fokusere på det, der er relevant ift. vores behov og mål. Eksempler på dataindsamling i relation til spejderbevægelsen kunne referere til antallet af unge mennesker registreret i din organisation fra forskellige socioøkonomiske baggrunde, mængden af penge brugt på at uddanne frivillige i diversitet, eller de svar som dine lokale ledere giver i en spørgeundersøgelse om, hvor tilfredse de er med at være frivillige.

Det er højest sandsynligt, at du allerede arbejder med data i monitoreringen af dine medlemmer. Det næste skridt er at gøre dig nogle overvejelser omkring, hvordan disse data indsamles, og hvilke spørgsmål du gerne vil have svar på (eller forstå) med det. Dette vil bidrage til, at du får mest muligt ud af mainstreaming, og vil monitorere hvorvidt det har den forventede eller ønskede effekt i din organisation.

**2. Hvilken slags data kan du indsamle?**

Der er to måder, du kan indsamle og udtrykke data: kvantitativt og kvalitativt.

**Kvantitativ data** er data, som du kan måle præcist og udtrykke i tal. For eksempel: antallet af unge mennesker fra indvandrerbaggrund som bliver i din organisation i mere end to år. Tallene er objektive; det er de samme tal, uanset hvem der indsamler dem.

**Kvalitativ data** er data, som er langt vanskeligere at måle præcist med tal, men giver en dybere forståelse af underlæggende årsager/forklaringer. Det er ofte data om folks oplevelser, værdier eller holdninger. F.eks.: Den forklaring, som et medlem af din bevægelse giver, når du beder dem om at fortælle, om de oplever, at deres behov imødekommes.

En fordel ved kvalitativ data er, at det kan give dig en dybere indsigt i folks motivationer for deres handlinger, behov og reaktioner. Det kan ofte tage længere tid at indsamle end kvantitativ data, da spørgsmålene ofte er mere komplekse; analyse kan ofte også være mere udfordrende, da det ofte ikke er så simpelt som at opgøre antal og identificere tendenser. Dertil kommer, at mennesker ikke er rationelle væsner, hvorfor der kan være behov for at overveje en vis grad af fortolkning i udviklingen af spørgsmålene og oversættelsen af resultaterne.

Du bør holde tre spørgsmål in mente, når du beslutter dig for, hvilke data du skal indsamle:

Hvad ønsker jeg at vide?

Hvad kan jeg indsamle?

Hvad kan jeg analysere?

## AT DRIVE ET PROJEKT

### DATAINDSAMLING

**3. Hvordan kan du indsamle data?**

Kvantitativ data kan indsamles på forskellige måder.

**Folketællinger ('census'):** Dataindsamling om hver enhed. Indsamler du f.eks. data om alderen på deltagere i grundlæggende efteruddannelse, ville dette blive betragtet som "class census".

**Stikprøveundersøgelse:** Der indhentes kun data om en mindre andel medlemmer. Indhentes der f.eks. data fra tre lokale grupper, betragtes dette som "en stikprøveundersøgelse af programmet", som derpå muligvis kan anvende regionalt.

**Administrative data:** Samlet som et resultat af dag-til-dag-aktiviteter, f.eks. data om frivilligtimer eller antallet af medlemmer i organisationen.

**Tracer-undersøgelser:** Brug af a) en normal spørgeundersøgelse som kerneredskabet b) kombineret med dybdegående diskussioner med en udvalgt gruppe af den undersøgte population og c) interviews med nøglepersoner angående de væsentligste spørgsmål.

Kvalitative data kan f.eks. indsamles med:

**Spørgeundersøgelser**: Standardiserede spørgeskemaer, der stiller hver deltager det samme spørgsmål. Disse kan antage mange forskellige former – se eksemplet "gendered interruption in meetings"-dataindsamlingen nedenfor.

**Interviews**: Strukturerede eller ustrukturerede en-til-en-samtaler med nøglepersoner eller ledere i et lokalsamfund

**Fokusgrupper:** Strukturerede interviews og/eller diskussioner med mindre grupper af individer med afsæt i standardiserede spørgsmål, opfølgende spørgsmål og udforskning af andre emner, der opstår undervejs.

**Observationer:** En gruppe eller enkelte spejdere bedes om at udføre en specifik opgave eller handling. Derpå observeres adfærd, processer, arbejdsgange etc. i virkelige situationer (f.eks. til en generalforsamling).

Når man skal beslutte sig for, hvilken type dataindsamling man skal benytte sig af, kan disse spørgsmål være brugbare:

- Er metoderne til dataindsamling passende ift. målgrupper og de spørgsmål, der undersøges?
- Hvor pålideligt er målingsredskabet, dvs. om det vil give de samme svar på de samme spørgsmål, hvis det administreres på forskellige tidspunkter eller steder? Påvirker dette de konklusioner, du drager?
- Hvad er fordelene og ulemperne ved hver af de tilgængelige typer af dataindsamling i dit projekt?

## AT DRIVE ET PROJEKT

### DATAINDSAMLING

Du kan derudover overveje, hvordan du kan gøre brug af eksisterende dataindsamling, som du allerede foretager. Hvilke informationer indsamler du nationalt for nye medlemsregistreringer? Hvordan kortlægger du dine medlemmers geografiske spredning? Monitorerer du allerede mængden af tid, som ledelsen af din organisation bruger på forskellige aktiviteter? Har lignende organisationer allerede indsamlet data angående det, du er interesseret i, og kan du i så fald bruge noget af denne information?

Når du begynder dit mainstreamingprojekt, kan det være, at der kun er behov for at tilpasse dele af den allerede eksisterende dataindsamling for at få svar på nøglespørgsmålet: Gør mainstreaming spejderbevægelsen bedre og mere tilgængelig?

**4. Design af gode dataindsamlingsredskaber**

**Det er vigtigt, at man fra start af overvejer,** hvordan den indsamlede data skal analyseres og deles. Hvilken slags evaluering skal der foretages? Hvem skal være med til at definere spørgsmålene og indikatorerne? Det er afgørende, at indikatorerne anerkendes af beslutningstagere i organisationen, så du undgår, at forskningsresultaterne afvises på et senere tidspunkt..

Det er vigtigt at være konsistent, så du kan observere, hvordan den indikator, du observerer (f.eks. antallet af deltagere, tilfredshed etc.) ændrer sig over tid. Du kan sammenligne data, hvis du indsamler den på præcis samme måde hver gang.

Forsøg at undgå at foregribe eller vildlede. Hvis du f.eks. spørger "synes du, at denne politik er god", stiler du et andet spørgsmål end "hvad synes du om denne politik?". Ledende spørgsmål påvirker de svar, der bliver givet, og kan påvirke oprigtigheden af svarene og de overordnede resultater.

Spørg dig selv, om der er behov for, at data opdateres løbende for at forblive relevant og give et præcist billede, og/eller om der er behov for tilpasning over tid for at følge udviklingen. Det kan være, at der er behov for, at der lægges en fast tidsplan for dataindsamlingen, så data f.eks. indsamles hver anden uge, månedligt eller årligt, alt afhængig af formålet med den data der indsamles. Når du etablerer en tidsplan for dataindsamling, kan du med fordel tage udgangspunkt i eksisterende rutiner for dataindsamling som f.eks. feedback i forbindelse med afslutningen af efteruddannelsesforløb.

Standardisering af dataindsamling kan gøre data nemmere at anvende og øge datakvaliteten. En god metode til standardisering er f.eks. at tilføje menuer med valgmuligheder eller multible choice-svarmuligheder eller afkrydsningsfelter med svarmuligheder, i stedet for at lade være op til respondenten selv at skrive deres eget svar. Jo nemmere du gør det for respondenten at svare, jo flere vil tage del i undersøgelsen.

Denne form for standardisering kan være brugbar i indsamlingen af specifikke former for data, men kan også bruges i forbindelse med åbne spørgsmål. Denne form for spørgsmål kan give en righoldig indsigt og har deres egne fordele, men kan reducere deltagelsen og tage længere tid at analysere. Det er vigtigt at vælge og eksperimentere med din tilgang til dataindsamling for at få indsigt i, hvad du prøver at forstå om din målgruppe.

Indenfor dataindsamling bruger man primært formularer, men du bør ikke begrænse dig til papirformularer. Web- og mobilbaserede formularer er nemme for deltagerne at udfylde, når de har tid, og du får hurtigere adgang til din information

## AT DRIVE ET PROJEKT

### DATAINDSAMLING

For at undgå fejl og forvirring er det vigtigt, at du nøje overvejer formularens design. Hvert felt på formularen bør have et bestemt formål. **Spørg dig selv, hvorfor du stiller netop disse spørgsmål,** når du designer en formular til dataindsamling. Hvis der ikke er nogen god grund til at stille et spørgsmål, bør du overveje at fjerne det. Dette vil også resultere i en mere simpel formular, som er nemmere for respondenterne at udfylde, hvilket kan forøge antallet af udfyldte formularer.

Før du fordeler formularerne på stor skala, bør du pilotteste formularerne og få en eller to personer, som ikke tidligere har set formularerne, til at udfylde dem. Dette kan hjælpe med at identificere problemer med formularen og gør det muligt for dig at opdatere den, før du fordeler den til hele den tiltænkte målgruppe

**5. Yderligere overvejelser, når du planlægger din dataindsamling**

- Der er allerede blevet indsamlet forskellige former for data fra dine medlemmer angående, hvem der deltager i dine efteruddannelses- og programarrangementer. Dette er en eksisterende datakilde – hvordan kan den tilpasses dine nuværende behov?
- Når du har indsamlet data, kan du sammenligne den med anden data såsom nationale statistikker. Afspejler din gruppe af medlemmer din nationale eller lokale populationsstatistik på en afbalanceret måde? F.eks. kunne du finde andelen af dine medlemmer, som har en bestemt tro, og sammenligne den med andelen af den samlede population, som har den tro. Dette ville vise dig, i hvor høj grad du appellerer til medlemmer af den tro, eller medvirke til at identificere den potentielle mulighed for vækst.
- Hvilken information findes allerede eller er i gang med at blive indsamlet, som kan assistere dig i at spore forandringer? Hvilken relevant forskning eller rapporter angående dit specifikke fokusområde eksisterer allerede? Du kan overveje, om det er umagen værd at indsamle denne information selv.
- Hvordan kan du sikre, at små forandringer måles? Der er et stigende krav fra diverse interessenter om at demonstrere signifikante ændringer indenfor en fastlagt periode. Det er vigtigt, at du overvejer, hvilke indikatorer der kan bruges til at måle kortsigtede forandringer, og hvordan du vil indfange de ofte små, nuancerede skift i adfærd, der har tendens til at ske over tid.

# VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT

## AT DRIVE ET PROJEKT

*"Du har en juridisk og moralsk pligt til at beskytte denne data, så den ikke kan tilgås af andre uden samtykke fra den person, som gav den til dig."*

### DATABESKYTTELSE

Når du indsamler data, er det muligt, at du vil indsamle personfølsomme oplysninger forbundet med folks identitet, såsom deres navne, fødselsår og kontaktinformationer. Du har en juridisk og moralsk pligt til at beskytte denne data, så den ikke kan tilgås af andre uden samtykke fra den person, som gav den til dig. Ethvert land har deres egne love angående databeskyttelse, og du skal sikre dig, at din organisation efterlever dem. Generelt betyder god databeskyttelse:

- Nøje overvejelse omkring hvilken information du indsamler. Har du egentlig brug for folks navne/fødselsår/bopæl etc.?
- Sikker opbevaring af denne data. Papirformularer med identificerbare personlige oplysninger bør låses inde. Koder og kryptering skal lagres med digitale opbevaringsmetoder.
- Begrænsning af antallet af folk (hvis der er mere end én), som kan tilgå den rå data. Det er god praksis at rekruttere en 'databeskyttelsesansvarlig', som sikrer disse data, ligesom der bør laves en oversigt over, hvem der har adgang og til hvilke datafiler.
- Med den nye lovgivning, som trådte i kraft i EU i maj 2018, har alle medlemmer, som du har data på, ret til at blive glemt eller fjernet fra enhver database. Du skal overveje og iværksætte processer, så dette kan gøres indenfor en tidsramme på 24/48 timer af den person, der er ansvarlig for databeskyttelse.
- Ny lovgivning foreskriver, at enhver person kan anmode om og har retten til at tilgå alt personligt data, som du har på dem. Igen, disse processer og procedurer bør overvejes og iværksættes, så dette kan gøres, hvis der anmodes om det.

# VÆRKTØJER TIL AT DRIVE ET MAINSTREAMINGPROJEKT

## AT DRIVE ET PROJEKT

### PARTICIPATORY ACTION RESEARCH

Participatory Action Research (PAR) er en forskningsproces, som indenfor konteksten af Europe Region WAGGGS' spejderarbejde har vist sig effektiv i målingen af holdninger og betydningen af aktiviteter for de enkelte individer. ERW Gender and Leadership-forskningsprojektet, hvis resultater blev præsenteret til Europe Conference i 2016, anvendte PAR til at undersøge, hvordan køn er forbundet med deres unge medlemmers holdninger til ledelse. Det er en kollaborativ tilgang til forskning, som lægger vægt på deltagernes involvering og personlige refleksion, og således er den velegnet til vores bevægelses 'youth-led' (ledet af unge) model. Den lægger også i høj grad vægt på, at der handles: Målet er at undersøge et behov og teste måder at imødekomme dette behov på. Det kan derfor være brugbart i din organisation ift. at måle effekterne af enhver forandring, nye aktiviteter eller nye måder at arbejde på, når du indgår i dette mainstreamingprojekt.

### *Hvordan fungerer det inden for en spejderkontekst?*

PAR's handlingsorienterede forskningscyklus fungerer som følger, med konkrete eksempler fra Gender and Leadership-projektet:

- Konsultation – som fællesskab besluttes det, hvad problemstillingerne er

  Et møde blev afholdt mellem lokale ledere og medlemmer af de nationale teams fra begge MO'er. En rutineret universitetsforsker styrede diskussionerne med henblik på at definere de problemstillinger, de ønskede at undersøge. Derudover oplærte hun dem i dataindsamlingsmetoder og faciliterede diskussioner om relevante designs af aktiviteter.

- Første analyse – dataindsamling om problemstillingerne

  Forskeren designede en onlineundersøgelse for at måle unge medlemmers holdninger, hvilken de alle gennemførte for at finde en baselinemåling. Derpå udvalgte hver enkelt lokal leder en aktivitet passende for deres egen gruppe, som blev udført i den almindelige mødetid for at fastslå, hvad de vigtigste problemstillinger i deres lokale kontekst var.

- • Kollaborativt design af tiltag – at samles for at udtænke tiltag

  De lokale ledere mødtes i deres respektive lande og delte resultaterne af den første analyse. Sammen designede de en række tiltag, som kunne imødegå de problemstillinger, som blev identificeret i trin 2.

- Implementering af tiltag

  De lokale ledere udførte adskillige tiltag med deres lokale grupper som del af deres aktiviteter inden for deres normale møder.

- Anden analyse – at måle effekten af tiltaget

  De lokale ledere gentog aktiviteten fra trin 2. Onlineundersøgelsen blev derpå gentaget for at se, om holdningerne i de lokale grupper var blevet påvirket som følge af deltagelsen i projektet.

- Evaluering

  De lokale ledere, styregruppen og forskeren mødtes for at diskutere og reflektere over processen. Forskeren udarbejdede en rapport baseret på alle resultaterne.

## AT DRIVE ET PROJEKT

### PARTICIPATORY ACTION RESEARCH (Fortsat)

#### *Refleksioner om PAR fra Scouting Nederland og Girlguiding Scotland*

- PAR kan være en meget frugtbar måde at engagere din MO's medlemmer i en refleksion omkring deres praksis og kan forbedre måder at arbejde på.
- Efter indledende træning i metoderne behøver du ikke nødvendigvis at involvere en ekstern akademiker gennem hele projektet…
- … men det kan have værdi at invitere en ekstern observatør med. Dette projekt viste fordelen ved et udefrakommende perspektiv, en der kunne stille nye spørgsmål, som endnu ikke var blevet testet. Som akademiker havde forskeren den ekstra kapacitet, at hun kunne udføre "skrivebordsforskning" som et supplement til den aktive forskning, hvilket MO'erne muligvis ikke ville have været i stand til på egen hånd.
- Nogle lokale ledere var indledningsvist bekymret for, at forskningen ville blive en stor arbejdsbyrde, men blev positivt overrasket over hvor gnidningsløst forskningen passede ind i deres sædvanlige møder med deres grupper.
- Det udgjorde også en mulighed for, at de lokale ledere fik mulighed for at få kontakt med andre lokale ledere indenfor deres land, og de gav positiv feedback vedrørende de muligheder for udvikling, som dette muliggjorde. Denne slags forskning skal ikke nødvendigvis udføres internationalt; den kunne f.eks. bruges til at undersøge forskellige betingelser i forskelligartede dele af et enkelt land, såsom land/by.
- Lokale ledere reagerede positivt på den korte tidshorisont for denne forskning, som blev gennemført indenfor seks måneder – det føltes overkommeligt

# KERNEOMRÅDE: MEDLEMMER

## INTRODUKTION

Vores medlemmer bør afspejle vores samfunds sammensætning; derfor spiller det en afgørende rolle i at sikre diversitet og lighed mellem kønnene. Hvis vi kan få medlemmer, som repræsenterer hele lokalsamfundet, og give alle vores fulde støtte, kan vi stole på, at vores mangfoldige og styrkede medlemsskare vil igangsætte en forandring i hele organisationen, indefra og ud.

I spejderbevægelsen har vi mange traditioner og ceremonier. Disse traditioner og ceremonier får os til at føle, at vi tilhører en stærk gruppe, og dette giver os tryghed. De markerer os som særskilte fra verden udenfor vores enhed, gruppe eller team. Men for at blive inkluderende er vi nødt til at tænke over, hvordan disse praksisser kan føles, og hvad de kan betyde for en person, der er ny i vores fællesskab. Måske er det lige præcis disse praksisser, som får potentielle medlemmer til at føle sig ekskluderet og afholder dem fra at blive lang tid nok til at få det fulde udbytte af bevægelsen.

*"Vores medlemmer bør afspejle vores samfunds sammensætning; derfor spiller det en afgørende rolle i at sikre diversitet og lighed mellem kønnene."*

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Bruger vi køn i vores grammatik? Hvordan? Bruger vi altid kønnet sprog eller bestemte begreber i en kønnet form såsom leder ? Hvilket signal sender det?
- Hvordan repræsenterer vi balancen mellem alle køn i billeder og reklamematerialer?
- Har vi en inklusionspolitik for LGBT+-medlemmer?
- Kan medlemmer selv bestemme, hvilket køn de angiver, når de tilmelder sig som nye medlemmer?
- Hvordan taler vi indbyrdes om forskellige køn? Kategoriserer vi individer?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Afholder vi aktiviteter udelukkende for specifikke "karakterer" såsom de eventyrlystne piger eller kreative drenge?
- Rekrutterer vi et afbalanceret antal medlemmer fra alle køn i hver aldersgruppe?
- Har vi flere ledere af et bestemt køn fremfor et andet? I hvilke aldersgrupper?
- Fokus for pigespejder-MO'er: Er der et typisk billede på en pigespejder, som vi rekrutterer, eller er vi åbne overfor atypiske karakterer, som ikke passer ind i en bestemt stereotyp omkring, hvordan piger eller kvinder bør være?

### HVEM BLIVER?

- Er det mere sandsynligt, at medlemmer af et køn fremfor et andet bliver i organisationen, i takt med at medlemmerne bliver ældre?
- Hvordan struktureres lokale grupper? Har vi mangfoldige og afbalancerede teams bestående af forskellige biologiske køn og kønsidentiteter?
- Udarbejder du medlemsstatistikker over antallet af mænd og kvinder i din organisation og de positioner, de bestrider?
- Fokus for pigespejder-MO'er: Hvordan kommunikerer du til dine medlemmer, at pigespejderaktiviteter ikke kun er for "eventyrlystne" eller stereotype "pigede" piger? Gør du en bevidst indsats for at vise åbenhed overfor en bred vifte af personligheder?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Er repræsentanterne for hver aldersgruppe kønsmæssigt afbalancerede i beslutningstagningsstrukturerne? Har alle køn lige let ved at udtrykke deres holdninger?
- Hvordan sikrer du, at piger og unge kvinder føler, at de har lige muligheder?
- Har alle ledere lige muligheder for at blive hørt? Har du en lige stor andel indflydelsesrige ledere af hvert køn?
- Pigespejder-MO'er: Inkluderer du forskellige kønsperspektiver i jeres beslutningsprocesser?

### HVEM FORLADER OS?

- Holder du statistikker over hyppigheden af frafald og grundene til frafald på tværs af køn indenfor for hver aldersgruppe?
- Overvejer du kønsstereotyper som en mulig grund til frafald?
- Pigespejder-MO'er: Føler piger, som ikke passer ind i det traditionelle billede af en pige, sig velkomne, eller falder de med tiden fra?

# EKSEMPLER KØN

## EKSEMPEL 1

I en lokal gruppe misundes lederne af en ældre sektion af lederne for de yngre aldersgrupper, fordi de ikke skal slås med unge spejdere, som er bange i skoven og har det vanskeligt med visse aspekter af lejrlivet. I den ældre gruppe af ledere siger de stolt, at "da pigerne fyldte 14, slap vi af med Hello Kitty-pigerne", hvilket skal forstås sådan, at der udelukkende er piger tilbage, som nyder at få jord under neglene i udendørsaktiviteter. En tilstødende gruppe har en anden tilgang til sine unge medlemmer. Ved at stille sig selv spørgsmålet "Hvem forlader os?", indså de, at de for at holde på de ældre piger i gruppen måtte tilbyde valgfri aktiviteter og sørge for en balance mellem indendørs- og udendørsaktiviteter.

## EKSEMPEL 2

Ledere bemærkede i deres lokale gruppe, at hvis en meget bestemt kvindelig leder havde ansvaret for at afholde fysiske lege udenfor, passede hun ikke ind i alles forståelse af, hvad der var passende roller for piger og kvinder. For at få en større indsigt i hvad de primære udfordringer nærmere bestemt bestod i, inviterede de til samtaler med gruppemedlemmer og deres familier vedrørende forventninger til piger/kvinder i ledelsesroller. De bestræbte sig også på at uddanne medlemmer og deres familier i den brede vifte af muligheder for selvudvikling, som spejderbevægelsen giver mulighed for. De tilpassede deres program til at tage mindre skridt, når de forsøgte sig med fremmede roller, og for at styrke læringen opfordrede de medlemmerne til at reflektere over deres oplevelser. Denne tilgang var mere tilgængelig og medførte, at flere udforskede forskellige kønsroller. Lederne fastlagde også flere tidspunkter for evaluering af programmet og afdækning af diverse frustrationer for at sikre, at programmet forblev udfordrende og læringsrigt, alt imens medlemmerne forblev engagerede og glade.

EKSEMPLER
KØN

## EKSEMPEL 3

En lokal gruppe begyndte at miste kvindelige medlemmer i teenagealderen. Efter at have talt med de piger, som havde forladt organisationen, lærte lederne, at mange af pigerne stoppede med at tage med på lejrturer, når de begyndte at få menstruation. Lederne fandt ud af, at lejrlivets vilde betingelser (hvor der er vanskeligt at skaffe sig af med hygiejneprodukter, mangel på lettilgængelige badefaciliteter) var en hindring for deres kvindelige medlemmer i teenagealderen, især når pigerne ikke følte sig trygge ved at tale om det med deres ledere. Ved at gøre information om afskaffelse af hygiejneprodukter til en del af den standardiserede lejrorientering, blev en forhindring fjernet. Ledere, som var i gang med at forberedte sig på at tage unge medlemmer med på lejr, diskuterede, hvordan dette kunne gribes an i deres efteruddannelse. Problemet angående bademuligheder var sværere at løse, men lederne bad pigerne om at sige til, hvis de havde brug for flere bade eller lettere adgang til bade.

## EKSEMPEL 4

For få år siden kodede nogle samfundsvidenskabelige forskere på University of Waterloo og Duke University en lang liste af adjektiver og verber som maskuline eller feminine og gennemså derpå en populær jobportal for disse ord og kønnet sprog. De fandt, at jobopslag indenfor mandsdominerede jobområder (såsom softwareprogrammering) havde tendens til at bruge maskulint kodede ord såsom "kompetitiv" og "dominerende" i langt højere grad end jobopslag indenfor kvindedominerede jobområder. Opfølgende forskning bekræftede, at sådanne ord gjorde disse stillinger mindre tiltalende for kvinder [ix]

*Har du overvejet det sprog, du bruger til at reklamere for dit program?*

[iv] https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2016/12/14/how-to-take-gender-bias-out-of-your-job-ads/#7db9f9d11024

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ DIVERSITET

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvem kan genkende sig selv i spejderbevægelsen og får lyst til at blive medlem?
- Hvem passer til din profil for den ideelle spejder? Hvem repræsenteres i de billeder, der bruges til at promovere spejderbevægelsen?
- Hvis opmærksomhed mister du ved at sige, at du er organisation udelukkende for piger eller en organisation med blandede køn? Ville du ønske at tiltrække medlemmer fra denne gruppe, hvis du vidste, hvordan du kunne nå ud til dem?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Har folk brug for specifikke kvalifikationer, evner eller ressourcer for at blive deltagere eller ledere? Hvordan kan disse opnås? Kan de tilegnes, når man tilmelder sig? Og hvordan kommunikeres dette?
- Vil nye medlemmer være i stand til at deltage i aktiviteter med medlemmer af samme alder?
- Hvordan kommunikerer man med/tiltrækker individer, der ingen kontekst eller viden har om spejderbevægelsen?
- Skal folk rejse langt for at nå os?
- Forudsætter medlemskab, at man forpligter sig for en minimums- eller fastlagt periode? Er er der fleksibilitet ift., hvordan man kan melde sig til og deltage?
- Pigespejder-MO'er: Hvordan kan du tiltrække dem, der ikke er bekendt med miljøer, hvor der kun er piget tilstede, til at prøve vores aktiviteter?

### HVEM BLIVER?

- Hvem vil trives og excellere indenfor spejderbevægelsen?
- Vil alle få de samme muligheder?
- Betragtes nogle former for deltagelse som havende højere værdi end andre?
- Pigespejder-MO'er: Oplever vores medlemmer gruppepres uden for vores bevægelse om ikke at være i et miljø udelukkende bestående af kvinder/piger?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvem bliver hørt, og hvem træffer beslutninger?
- Hvilke informationer om personer i beslutningstagende positioner monitorerer du?
- Hvad sker der, hvis der er nogen, der ikke føler sig hørt? Hvad sker der, hvis det bemærkes, at der er nogen, der ikke bidrager? Ville din organisation opdage, hvis der var nogen grupper, der ikke bidrog?
- Pigespejder-MO'er: Fremmer du bestemte stereotype synspunkter fremfor dem, som er "ude af boksen", nåd du træffer beslutninger?

### HVEM FORLADER OS?

- Gør det en forskel, hvem der forlader os, og hvorfor de gør det?
- Har vi tilstrækkelig viden om, hvem der forlader os og hvorfor?
- Er det ok, at nogen forlader os under visse omstændigheder?
- Er det en del af vores kultur, at vi forsøger at afdække de sande årsager til, at folk forlader organisationen, selvom det betyder, at vi bliver konfronteret med modstridende meninger?

## EKSEMPLER DIVERSITET

### EKSEMPEL 1

En MO, hvis medlemskab ikke er baseret på trosretning, spørger sig selv "Hvem melder sig ind?" og finder ud af, at muslimer er underrepræsenteret i organisationen, når den sammenlignes med den generelle population. MO'en arrangerer, at der fordeles reklamematerialer i adskillige byer med en stor andel muslimer og organiserer møder, hvor nye familier kan møde lokale enheder. Der møder imidlertid kun ganske få familier op til møderne, og der er ingen signifikant stigning i antallet af unge mennesker, der melder sig ind i bevægelsen. Ved at spørge "Hvem har indflydelse?", bliver det tydeligt for MO'en, at der ikke blev inviteret nogle beslutningstagere med muslimsk baggrund med i diskussionerne omkring, hvordan man skulle samarbejde med andre sociale institutioner for at tiltrække en bredere medlemsskare. I deres fremtidige arbejde sikrede MO'en sig, at de havde repræsentative arbejdsgrupper til at lede bestræbelsen på at nå ud til en bredere medlemsskare.

### EKSEMPEL 2

I mange organisationer kommer der primært nye medlemmer til ved, at deres forælder kontakter deres lokale enhed og taler med lederen. Hvis potentielle medlemmer, som er nye i landet, ønsker at blive medlemmer, men deres forældre ikke taler det lokale sprog og ikke føler sig trygge ved at møde op, kan de finde det vanskeligt at involvere sig. Ved at spørge sig selv "Hvem melder sig ind?" undersøgte en MO den information, der gives til forældre, og begyndte at lave pjecer på forskellige sprog. MO'en arbejdede også på at skabe forbindelser til minoritetssamfund for at finde lederskikkelser i disse fællesskaber, som ville være i stand til at understøtte ansigt-til-ansigt-kommunikation. En anden MO tilbød ledere undervisning i nonverbale kommunikationsmetoder for at understøtte dialogen.

## HVORFOR ER DET RELEVANT FOR DIG?

Konteksten varierer måske en smule pigespejderorganisationer og organisationer med blandede køn imellem, men køns- og diversitetsmainstreaming er relevant i begge sammenhænge. På baggrund af Europe Region's Gender and Leadership-projekt (som der blev refereret til indledningsvist) ved vi, at alle organisationer kan have gavn af at behandle disse temaer i deres programmer. Fordelen ved at gøre dette kan være vækst, et bedre program, at du holder på dine medlemmer etc.

I pigespejderorganisationer kan det være værd at overveje, om dit uddannelsesprogram respekterer alle de forskellige interesser blandt mangfoldige medlemmer og ikke er designet til og baseret på stereotypisk tænkning om, hvad piger "bør" kunne lide eller ikke lide, eller på en bestemt form for pige.

I kønsintegrerede organisationer (I modsætning til f.eks. pige- og drengekorps og -skoler, som eksisterer i flere lande, men stort set ikke i Danmark) kan det være fornuftigt at revidere programstoffet for at sikre, at det giver alle medlemmer lige mulighed for at nyde og deltage i aktiviteter, tage initiativ og deltage i forskellige begivenheder. Programstoffet/aktivitetsmaterialet burde sætte alle i stand til at engagere sig i lige udstrækning.

### HVAD ER GOD PROGAMPLANLÆGNING?

**Gør dit program relevant,interessant, tilgængeligt og learner-led.**

### →TILGÆNGELIGT

Inklusion og deltagelse er gennemgående for alt, hvad spejderbevægelsen står for. Det er en del af vores mission, 'at gøre piger og unge kvinder i stand til at realisere deres fulde potentiale' uden at begrænse eller stille spørgsmålstegn ved, hvilke piger eller hvilken type piger, der er tale om.

Ved at skabe et program, som er inkluderende, fremmer du adgangen til lokalsamfundet, interkulturel læring og lige muligheder for alle unge mennesker, uanset deres forskelligheder.

Dette kan opnås ved at organisere specifikke aktiviteter angående disse emner, men også ved at sikre/garantere, at alle programmer er inkluderende, uanset køn, færdigheder, geografisk eller socioøkonomisk baggrund.

### →RELEVANT

For at engagere vores unge medlemmer skal vores program være relevant og afspejle en forståelse af vores unge medlemmers behov, og hvad der er vigtigt for dem. Vedkendelsen af de stereotyper og fordomme, der er om dem, deres forventninger samt de muligheder og udfordringer de møder, er afgørende for at engagere og beholde medlemmer.

### →INTERESSANT

Spejdermetoder indtager en holistisk tilgang til uddannelse, hvor det sikres, at alle unge medlemmer har muligheden for at trives og træde ud af deres tryghedszone inden for trygge rammer. At tilbyde dem et rum, hvor de kan udforske forskellige områder for personlig udvikling, som de ellers ikke ville have udforsket, er en spændende mulighed for at udfordre stereotyper. Vi er alle, både lokalt og nationalt, ansvarlige for, at vi udnytter denne tilgang til fulde. Design dine programmer på en måde, som dine medlemmer ikke kan vente med at blive en del af! Aktiviteter bør være innovative, sjove, aktive og udfordrende.

### →LEARNER-LED

Brug Girl Guide & Girl Scout-programmet effektivt, så alle ungdomsmedlemmer kan tage del i egen læring og få muligheden for at udvikle det 21. århundredes færdigheder (kommunikation, samarbejde, kreativitet, karakter, medborgerskab og engagement), som vores metode er den bedste til at udvikle.

Vores mål er at sikre, at den uddannelsesmæssig ramme og programmerne bruges af vores MO'er til at opmuntre vores unge medlemmer til at vedkende sig og udfordre de stereotyper, som de måske selv er med til at opretholde, ligesom de skal udstyres med selvtilliden til at trives i den bredere verden, hvor disse også eksisterer.

## HVORFOR ER DET RELEVANT FOR DIG?

**ØNSKER DU AT VIDE MERE?**

Med øje på den specifikke uddannelsesmæssige ramme for Girl Guiding and Girl Scouting (GGGS), uddannelsesmetoden og programmet, er det værd at hæfte sig tre specifikke aspekter af vores indlæringsramme og –metode:

# HVORFOR, HVORDAN OG HVAD?

### HVORFOR gør vi, som vi gør?

Dette kan, med afsæt i vores mission, anskues ud fra et makroperspektiv eller fra et mikroperspektiv, hvor vores specifikke mål kan overvejes i henhold til et specifikt medlems behov. Selvfølgelig er der kontinuum de to perspektiver imellem. Ideen er, at det første spørgsmål, vi stiller os selv, når vi designer et program til vores korps eller de uddannelsesmæssige aktiviteter på lokalt plan, er 'hvorfor?' og 'hvad ønsker jeg at opnå?'. Som uformelle undervisere ønsker vi at sikre, at vores aktiviteter er inkluderende og på linje med vores formål og mål for alle medlemmer om at være aktive medborgere.

**HVORDAN** – Dette spørgsmål har direkte forbindelse til GGGS' uddannelsesmetode og dets fem områder. Disse områder er: Learning in Small Groups, My Path My Pace, Learning by Doing, Connecting with Oth-ers, Connecting with my World. Hvis vi inkluderer alle disse områder i vores program og betragter dem fra et køns- og diversitetsperspektiv, er det mere sandsynligt, at vi sikrer en holistisk tilgang, som gør os i stand til at tage godt imod mennesker med forskellige baggrunde og identiteter.

**HVAD** – Dette relaterer sig til vores aktiviteter (lejrliv, lege, frivillighed, fortalervirksomhed etc.). Vi ønsker at sikre, at det, vi gør, afspejler vores formål og bruger GGGS' uddannelsesmetode. Hvis vi planlægger en række aktiviteter, skal vi sikre, at der er et varieret og inkluderende program, men samtidig have en forståelse for at nogle aktiviteter måske ikke er fuldt ud inkluderende for nogle af vores medlemmer, f.eks. en meget fysisk aktivitet. Det vigtige her er at sikre, at der overordnet er en holistisk tilgang, og at vi konstant sigter mod at skabe det mest inkluderende program som muligt.

Vi lærer på forskellige måder og er lidenskabelige omkring forskellige ting. Vi skal holde os in mente, at størstedelen af folk – vores ledere inkluderet – kan have ubevidste biases. Som korps er det vores job at støtte lokale ledere i at vedkende sig og forstå disse biases og stille værktøjer (efteruddannelse, programmer, støtte etc.) til rådighed for at fejre forskellighed. Ved at have en uddannelsesmæssig ramme, som tilskynder, at der sættes pris på alle, skabes et trygt, inkluderende og imødekommende rum, hvor folk med forskellige baggrunde kan trives.

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Savner nogle af aktiviteterne deltagelse af kønsrelaterede årsager? Føler nogle personer f.eks., at et arrangement/en aktivitet ikke er egnet til deres køn eller er baseret på stereotyper?
- Hvordan vurderer du dine medlemmers behov for uddannelse? Hvordan kan de give feedback, og hvordan sikres det, at alle høres?
- Hvordan kan du gøre lige deltagelse i forskellige uddannelsesaktiviteter tilgængelig for alle?
- Har du et afbalanceret brug af kønstermer i dit uddannelsesprogram og han- og hunkønnede former i sproget? Bruger du oftere den ene frem for den anden, og hvordan afspejler dette magtbalancen?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Har alle medlemmer af din organisation lige mulighed for at tilslutte sig forskellige aktiviteter, handle og deltage i forskellige arrangementer uanset deres køn?
- Er alle ledere, uanset køn, lige aktive i alle typer uddannelsesaktiviteter og for alle aldersgrupper?

### HVEM BLIVER?

- Føler alle medlemmer sig tilpas udfordret og beriget?
- Hvordan sikrer du, at dit program ikke er defineret af køn, f.eks. at ledere forventer mindre af piger end af drenge i en bestemt aktivitet?
- Hvordan sikrer du, at programmet ikke præget af og baseret på kønsstereotyper?
- Tag dit eget sprogram som eksempel - hvor er der stereotyper indenfor dit program, og kan du identificere dem? Hvad er de eksisterende kønsbiases? Har dette betydning for, hvem der føler sig motiveret til at blive?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvem udvikler aktiviteterne for unge medlemmer? Hvem skriver/skaber jeres programmer?
- Hvordan sikrer du, at der indsamles feedback om programmet fra unge mennesker og ledere af alle køn? Hvem træffer de endelige beslutninger om, hvilken feedback der skal tages hensyn til, og de forandringer der skal foretages?
- Hvem har ansvaret for at sikre, at programmet ikke fremmer stereotype kønsroller?

### HVEM FORLADER OS?

- Hvilken information indfanger du om effekten og relevansen af et program, når nogen forlader en lokal enhed?
- Spørger du ind til, hvilke aktiviteter, som personer der forlader bevægelsen, kunne lide og ikke kunne lide, og om bestemte aktiviteter havde betydning for deres beslutning om at forlade bevægelsen?
- Hvordan undersøger du, hvilke aktiviteter de personer, som forlod bevægelsen, valgte i stedet? Er der nogle tendenser? Er tendenserne kønsspecifikke?
- Kan de, som forlader bevægelsen, påvirkes, eller kan helt det undgås at de forlader bevægelsen, ved at du reviderer dit uddannelsesprogram?

# EKSEMPLER KØN

## EKSEMPEL 1

En MO har et stærkt og vedvarende fokus på udendørs- og adventureaktiviteter. Gruppen besluttede at tage på en todages ekskursion og have et fuldt program udelukkende bestående af fysiske aktiviteter. Dette program er måske perfekt for nogle medlemmer, men tager måske ikke højde for alle medlemmers behov, f.eks. dem der godt kan lide at spille computerspil, elsker tal eller godt kan lide at optræde foran et publikum og være kreative etc. Disse medlemmer føler sig muligvis mindre inkluderet i udendørsaktiviteterne, hvis de altid er fysisk krævende, og har måske ringere mulighed for at mestre en aktivitet og/eller udvikle og udvise personlige og sociale færdigheder i denne kontekst.

Nogle medlemmer følte sig utilpasse under ekskursionen og besluttede sig for ikke at deltage i lejren sidst på året, da de tænkte, at hvis ekskursionen var så "hård" for dem, så ville lejren være endnu værre. Med dette in mente genovervejede de ledere, som stillede sig selv spørgsmålet 'Hvem bliver?', programmet og iværksatte et planlægningsmøde hver tredje måned, hvor de bad medlemmer om at foreslå aktiviteter. Alle følte sig mere inkluderet i den deltagerorienterede proces, og alle deres ideer blev taget i betragtning og respekteret ligeligt, hvoraf nogle blev implementeret.

Når man prøver at modvirke eller undgå kønsstereotyper i et program/enhed, er det vigtigt, at man ikke udelukkende tilbyder oplevelser, som traditionelt er det stik modsatte.

*"Når man prøver at modvirke eller undgå kønsstereotyper i et program/enhed, er det vigtigt, at man ikke udelukkende tilbyder oplevelser, som traditionelt er det stik modsatte."*

# EKSEMPLER KØN

## EKSEMPEL 2

Sprog har kønnede aspekter. Det kan man se i mange sprogs grundstruktur såvel som i måden, vi refererer til positioner/ledere på. En MO besluttede sig for at facilitere en afstemningsproces hver anden måned for at vælge en ny patruljeleder. Det ord, de brugte for leder, havde et maskulint personpronomen, og de karakteristika, som blev brugt til at beskrive en leder, var også 'maskuline'. Når de spurgte, hvem der ønskede at stille op som kandidater, følte pigerne sig ekskluderet, fordi de ikke identificerede sig med ordene – ingen af ordene havde feminint personpronomen eller intetkønsform.

Vi kan ofte vælge, hvilke former for maskuline eller feminine personpronomener vi bruger, og rækkefølgen vi bruger dem i. Dette har en indflydelse på, hvordan magtbalancen fortolkes kønnene imellem. Gruppen reflekterede over resultatet: Siger vi altid 'mænd og kvinder' i denne rækkefølge? Er der et generisk begreb for en leder, mand eller kvinde? Hvis vores sprog har kønnede udtryk for kvindelige og mandlige ledere, er de da ensbetydende, eller bruges det ene mere end det andet?

På tysk (og på mange andre sprog), findes ordet for leder både i maskulin og feminin form, Leiterinnen og Leiter, men typisk refereres der til ledere af alle køn i den mandlige form, både i tale og skrift. Da lederne af gruppen diskuterede den ovenstående problemstilling, kom de på den ide at sætte et symbol i slutningen af hvert ord for at fjerne den kønnede endelse, så ordet kom til at se sådan her ud: Leiter@, ansvarlig@, pilot@ etc.

## EKSEMPEL 3

En MO fra Belgien var i gang med at planlægge sin nationale lejr for 'brownies' og havde til hensigt at bruge et klassisk eventyr med stærke drager, som blev besejret af en prins for at redde en prinsesse. Efter at have brugt værktøjskassen og have reflekteret over spørgsmålene – især 'Hvem når vi ud til?' og 'Hvem bliver?' – faciliterede MO'en en debat imellem sine medlemmer. Nogen stillede spørgsmålstegn ved, om traditionelle eventyr er velegnet til en inkluderende organisation, hvorimod andre mente, at disse historier er del af den nationale kultur, og at der ikke var behov for ændre dem. I lyset af kønsnormer tog medlemmerne stilling til dette spørgsmål og besluttede sig i fællesskab for de næste skridt, der skulle tages. Beslutningen blev at "oversætte" nogle af disse traditionelle historier, så de afspejlede organisationens mangfoldige samfund og udviste en bred variation af forskellige roller for alle køn.

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvor og hvordan deler du information om dit program? Hvad har dem, du rammer, til fælles med organisationens målgruppe, og hvilke aspekter af dit program promoverer du?
- Hvordan tilpasser du forskellige aktiviteter for at muliggøre, at et bredt udvalg af personer kan opnå de samme uddannelsesmæssige mål?
- Hvilke ledere når du ud til med programmets materialer? Hvem afviger fra det nationale MO-program og kører deres eget regionale/lokale program? Hvilke metoder, værdier og idealer vil disse ledere anvende eller fokusere på i stedet?
- Når din kommunikation om uddannelsesmetoder og –programmer ud til alle medlemmer og potentielle medlemmer for at sikre, at de får informationen?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Hvordan arbejder du med at identificere, hvad der for øjeblikket interesserer unge mennesker?
- Hvordan kommunikerer du værdierne, metoderne og idealerne bag dit program til unge medlemmer og deres forældre?
- Hvordan skaber du et inkluderende rum, hvor alle kan udvikle deres identitetsfølelse?
- Kan dit program rumme religiøs og spirituel diversitet?

### HVEM BLIVER?

- Hvordan identificerer du potentielle hindringer for, at nuværende medlemmer kan få adgang til bestemte aktiviteter?
- Hvem anerkender den uddannelsesmæssige værdi i spejderarbejdet?
- Hvem genkender sig selv i spejderarbejdet?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvem har ansvar for at gennemgå dit program? Hvordan sikrer du, at du har en så bred vifte af synspunkter som muligt fra hele organisationen?
- Involverer du dine unge medlemmer i beslutningsprocesser angående aktiviteter?
- Indbyder du til udefrakommende input til dit uddannelsesprogram fra andre sociale aktører?

### HVEM FORLADER OS?

- Hvilken information indfanger du om effekten og relevansen af et program, når nogen forlader en lokal enhed?
- Spørger du ind til, hvilke aktiviteter, som personer, der forlader bevægelsen, kunne lide og ikke kunne lide, og om bestemte aktiviteter havde betydning for deres beslutning om at forlade bevægelsen?
- Kan alle se meningen i de ting, du gør? Gør det program, som du tilbyder, alle i stand til at udvikle sig og føle sig kompetente?

# EKSEMPLER DIVERSITET

## EKSEMPEL 1

En MO besluttede at inkludere en aktivitet om at forbedre programmet som en fast del af deres ledelsesudviklingskursus for at udvikle det program, der blev anvendt. I denne efteruddannelsesaktivitet blev deltagerne bedt om at finde på så mange forskellige måder at udføre en uddannelsesaktivitet på som muligt. Facilitatoren beder deltagerne om at overveje, om målgruppens diversitet har en indflydelse på, hvordan aktiviteten bliver udført. Som regel er resultatet mange flere kreative måder at udføre programmet og dets aktiviteter på. F.eks. inddeler facilitatoren først deltagerne ind i små grupper og giver hver gruppe en forskellig aktivitet fra programmet at arbejde med. En gruppes opgave kunne f.eks. bestå i at læse "lejrmadlavnings"-aktiviteten fra browniernes program og lave en plan for, hvordan denne aktivitet kan arrangeres for brownierne. I anden runde spurgte facilitatoren, hvordan deltagerne ville tilpasse deres plan, hvis den givne browniegruppe bestod af f.eks. børn fra forskellige etniske baggrunde eller børn med en funktionsnedsættelse. Alle disse resultater dokumenteres og indarbejdes i programmets hints og tips-del. På denne måde bliver ideerne delt med alle ledere på landsplan.

## EKSEMPEL 2

En national lejr skulle arrangeres for brownies, og lederne var entusiastiske omkring en særlig og mindeværdig beliggenhed at holde lejren på – et rigtigt slot. Tre ud af 30 grupper havde inviteret medlemmer, som brugte kørestol, og slottet var ikke tilgængeligt for dem. "Burde vi skifte beliggenhed, når slottet føles ideelt for vores lejr, og kun tre grupper ikke kan deltage?", var der nogen, der spurgte, men set fra et andet perspektiv, så planlægningsteamet dette som en mulighed for at spørge sig selv "Hvilken form for organisation ønsker vi at fremme og være?". De blev enige om, at deres mål var at skabe en inkluderende og tilgængelig lejr for alle, så de indgik partnerskab med en anden organisation, som var eksperter i at tilpasse og tilvejebringe faciliteter og ramper til kørestolsbrugere. På denne måde kunne de inkludere og invitere alle og samtidig uddanne medlemmer og ledere i at acceptere deres diversitet og vise nogle af de praktiske foranstaltninger, der kan iværksættes for at skabe et inkluderende arrangement. Funktionsnedsættelser er ikke en hindring, men blot en måde at udvide din horisont på, så hvorfor ikke indgå nye partnerskaber?

# EKSEMPLER DIVERSITET

## EKSEMPEL 3

En gruppe besøger en ny, rejsende udstilling om dinosaurer. Lederne har på forhånd bedt de unge medlemmer om at medbringe penge, hvis de ønsker at købe souvenirer eller gaver fra museumsbutikken, og de har planlagt lidt ekstra tid til at besøge butikken. Nogle af børnene har ikke råd til det, så de bruger tiden siddende på en bænk, mens de venter på, at de andre bliver færdige med deres indkøb. Lederne troede, at det kun ville tage ti minutter, så det ikke ville være noget problem, hvis noget af gruppen ikke ønskede at købe noget. Efter at have reflekteret over, hvad der skete, tog de det op til genovervejelse og spurgte sig selv: Er det fair, og er det den bedst mulige tilgang at afsætte tid til at købe ting, og hvad kan vi gøre (i stedet for), hvis nogle medlemmer ikke er økonomisk i stand til at gøre det eller ikke ønsker at gøre det? Ved derudover at overveje spørgsmålet "Hvem forlader os?", blev det besluttet, at der skulle være et fælles budget for hele gruppen og at organisere ekstra indsamlingsaktiviteter for at sikre, at alle medlemmer føler sig godt tilpas.

## EKSEMPEL 4

I bestræbelsen på at være inkluderende granskede en MO de antagelser, de gjorde sig om medlemmernes familiebaggrunde. De gennemgik og opdaterede deres programmaterialer og formularer for at sikre, at der er referencer til 'forælder, omsorgsgiver og/eller værge' i stedet for blot at bruge mor og far.

Tager dit program højde for, at nogle medlemmer måske ikke har mødre eller fædre, hvis der foretages aktiviteter for at fejre nationale helligdage såsom mors dag eller fars dag? I stedet kan det være, at de ønsker at fejre andre familiemedlemmer eller venner.

# RELATION TIL SAMFUNDET

Medlemmernes forhold til deres lokalsamfund er en særdeles vigtig del af spejderbevægelsens værdisæt. Dette er inkluderet i mange organisationers hensigtserklæring og værdier. I mange lande er vores organisation en værdifuld del af og gør et væsentligt bidrag til det samfund, vi er en del af.

En bevidsthed om de emner og problemstillinger, som unge mennesker møder i dag, men også om hvad der gør sig gældende for borgerne i dit land, vil hjælpe dig med at bygge stærke relationer indenfor den sociale kontekst, som du adresserer. En dybere forståelse vil styrke disse forbindelser men også give dig adgang til dele af samfundet, som normalt negligeres.

Indgåelse af partnerskab med andre organisationer på et nationalt niveau kan hjælpe din organisation med at opnå dens mål og forbedre måden, hvorpå du giver disse oplevelser til dine medlemmer.

Etablering af samarbejde med organisationer, der repræsenterer minoriteter eller specifikke grupper, kan hjælpe dig med at nå ud til nye medlemmer, men kan også hjælpe dig med at opnå viden om hvordan du tager imod medlemmer med specifikke behov og skabe et trygt rum for alle. Denne viden vil derpå hjælpe dig med at fastholde medlemmer fra de grupper, du prøver at tiltrække.

De rette partnere kan være stærke allierede i arbejdet med opbygge en mere mangfoldig og inkluderende organisation, da de kan hjælpe os med at nå fællesskaber og grupper af mennesker, som normalt ikke bliver del af spejderbevægelsen. Fordele kan være:

- De vil allerede have en dyb indsigt i gruppen/lokalsamfundet, så brug denne viden til din fordel.
- De har formentlig allerede disse gruppers/lokalsamfunds tillid, så, igen, brug dette til din fordel.
- De kan hjælpe dig med at forstå, hvorfor børn fra den gruppe/lokalsamfund ikke allerede engagerer sig i din MO, f.eks. mødestedet for gruppemøder, typen af aktiviteter etc.

Når man overvejer at indgå nye partnerskaber, er det dog vigtigt, at vi er opmærksomme på de værdier og typer af partnere, vi indgår partnerskab med, og hvilke stemmer i samfundet vi støtter og som støttes gennem dem. Hvis vi ønsker at være mere mangfoldige, skal vi sikre os, at vi har partnere, som deler vores værdier om inklusion og engagement i diversitet. Vi skal også være bevidste om vores profil og image i samfundet*, hvem den tiltaler, og hvilken indflydelse ethvert partnerskab kan have.

**Vores koncept 'vores samfund' indebærer at interagere med familier, lærere, ligesindede grupper, medierne, civilsamfundsorganisationer og virksomheder.*

ØNSKER DU AT VIDE MERE?

### "CONNECTING WITH MY WORLD"

Spejderuddannelsesmetoderne har en stærk forbindelse til kerneområdet 'relation til samfundet'. Med WAGGGS' mission om "at gøre piger og unge kvinder i stand til at udvikle deres fulde potentiale som ansvarlige medborgere i verden" for øje, skal vi overveje, hvad det vil sige at være en ansvarlig medborger, og hvordan vi kan gøre piger og unge kvinder i stand til at opnå dette. Det område af GGGS' uddannelsesmetode, der bedst relaterer sig til dette, er, hvad vi kalder 'Connecting with my World'. "Ungdomsmedlemmer reflekterer over, hvad det vil sige at være en global medborger ved at engagere sig i projekter i lokalsamfundet og sige deres mening om problemstillinger, som er vigtige for dem [...] Ungdomsmedlemmer udfordres til at tilpasse deres læring, så de kan trives i forskellige miljøer og pleje de fællesskaber og miljøer, som er vigtige for dem". Det er sandsynligt, at aktiviteter relateret til dette område af GGGS-metoden vil ske i kontakt og samarbejde med eksterne partnere. Når grupper tjener samfundet, vil de indgå partnerskaber med andre NGO'er og organisationer, og når de udforsker bymiljøer, vil de være synlige for en bredere befolkningsgruppe. Selv når naturen udforskes gennem udendørs adventureaktiviteter, vil deres aktiviteter påvirke et miljø, hvori adskillige interessenter er involveret – ikke kun flora og fauna – men også parkadministratorer, andre ungdomsbevægelser eller ganske enkelt folk, som nyder naturen. Når man tager stilling til mainstreaming af køn og diversitet i 'relation til samfundet', er det vigtigt at holde in mente, at dette område også er del af et program, og at de to påvirker hinanden gensidigt.

### DEVELOPING EXTERNAL PARTNERSHIPS

For at opbygge et succesfuldt partnerskab med en ekstern partner, start da først med at vurdere dine egne behov. Overvej, hvor du ønsker, at din organisation skal være i fremtiden. Hvordan vil indgåelsen af dette partnerskab hjælpe dig med at opnå disse mål?

Gå da videre til at finde egnede partnere. Vær sikker på, at de deler de samme værdier som dig, især når det kommer til køns- og diversitetspolitik.

For at tiltrække potentielle partnere er det vigtigt, at du præsenterer dig selv ordentligt og præsenterer din organisations færdigheder. Udvikl en "pitch", som adresserer, hvad du står for, og hvad I hver især kan få ud af partnerskabet. Vær sikker på, at måden du kommunikerer og agerer på afspejler dine principper og værdier.

Når du henvender dig til potentielle partnere, brug da de rigtige kanaler til at kontakte dem og skab forbindelse til de rette personer og beslutningstagere, idet du fastholder målet med dit foreslåede projekt.

Når du har fundet en god partnerorganisation, er det tid til at samarbejde og sammen skabe mulighederne, parametrene og rammen om projektet. Det er vigtigt at definere roller, ansvarsområder og forventninger. Forsøg at sammensætte et hold, som er lige så mangfoldigt som din organisation, til at arbejde på dette, for at sikre at alle bliver hørt.

Monitorér og evaluér altid dit partnerskab og potentielle projekter, du har med partnerorganisationen. Se tilbage på dine oprindelige målsætninger og din motivation for at indgå et partnerskab – opnår du disse mål?

Hvis du lever op til dine målsætninger, kan dette være det rette tidspunkt at forme et nyt partnerskab eller yderligere et partnerskab med en anden organisation. Evaluér, tag ved lære af dine nuværende partnerskaber, tilpas dig hvor det er nødvendigt og genstart processen.

Sørg for at se nærmere på WAGGGS' værktøjskasse *"Strategic Partnerships - How to build successful partnerships"*[x] , hvis du ønsker at lære mere om at indgå gode partnerskaber.

[10] https://www.wagggs.org/en/resources/strategic-partnerships-toolkit/

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Er du bevidst om de kønsroller, du repræsenterer i samfundets øjne?
- Hvad tænker andre organisationer, som arbejder med ligestilling mellem køn, om din organisation?
- Hvad er dit samfunds dominerende forestillinger om pigespejderorganisationer/organisationer med blandede køn. Hvad tænker offentligheden om dem?

### HVEM MELDER SIG IND? (I ARBEJDET MED LIGESTILLING MELLEM KØNNENE)

- Hvilken rolle spiller køn i dine partnerskaber? Hvordan udtrykker du vigtigheden af arbejde med køn i din organisation overfor offentligheden? Deler i politikker?
- Er du i vores fællesskabs øjne en anerkendt ekspert, når det kommer til spørgsmål, som vedrører piger og unge kvinder, og spørgsmål der relaterer sig til køn?

### HVEM BLIVER?

- Hvilken rolle spiller din organisation i det bredere samfund og i udviklingen af ideer angående kønsidentitet indenfor for det samfund?
- Har din organisation udviklet sig i takt med, at kønsroller har ændret sig i samfundet? Replikeres dette i de partnerskaber, du indgår?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Kommunikerer du aktivt konkrete budskaber angående kønsrelaterede temaer i samfundet?
- Hvem repræsenterer din MO udadtil? Bekræfter du stereotyper, når du deler praktiske opgaver op?
- Pigespejder-MO'er: Bruger du din position som en ungdomsorganisation til at påvirke diskussioner i dit lokalsamfund angående køn?
- MO'er med blandede køn: Bruger du din position som en organisation med stor viden om kønsmainstreaming til at påvirke diskussioner i dit lokalsamfund angående køn?

### HVEM FORLADER OS?

- Forøger eller mindsker din holdning til køn din indflydelse i samfundet? Hvordan forandrer dette sig over tid?
- Er køn et emne, som du ligeligt kan diskutere med medierne, partnerorganisationer og dine medlemmers forældre?
- I hvilket omfang er køn et politiseret emne i dit lokalsamfund? Påvirker dit engagement i dette emne dit forhold til sociale partnere, f.eks. lokale virksomheder, politikere eller andre NGO'er?

## EKSEMPLER KØN

### EKSEMPEL 1

En lokal gruppe deltager i deres bys julemarked med en spektakulær stand, hvor besøgende kan sidde ved et lejrbål, tilberede deres egen pølse, æbler med kanel og skumfiduser og snakke med andre. Dette er både en vigtig fundraisingaktivitet og en mulighed for, at gruppen kan gøre opmærksom på sig selv i lokalsamfundet. Ledere og ældre medlemmer evaluerer i fællesskab arrangementets succes og indser, at de ikke har udnyttet muligheden for at kommunikere de bredere, mere uddannelsesmæssige aspekter af deres gruppes program, såsom frivillig indsats på det lokale hospital og deres populære spirituelle uddannelsesarrangementer. For de kommende år planlægger de, at de skal tilbyde aktiviteter, som besøgende kan prøve, mens de sidder ved lejrbålet og venter på, at deres mad bliver færdig, så lokalsamfundet kan få et mere fyldestgørende og mere præcist billede af gruppen og spejderbevægelsen som helhed.

### EKSEMPEL 2

Girlguiding UK er en pigespejder-MO og for at forstå deres medlemmers behov og interesser foretages der en årlig spørgeundersøgelse blandt deres medlemmer og eksterne unge kvinder angående de spørgsmål, som er vigtigst for dem. Resultaterne publiceres i en offentlig rapport, og resultaterne danner grundlag for fremtidige programmer og kampagner. Rapporten lanceres både til offentligheden via medierne og internt til organisationen. Den kan tilgås og downloades online af alle og enhver. Det kan være, at en bestemt reaktion på en af spørgeundersøgelsens spørgsmål betyder, at organisationen beslutter sig for at lobbye eksterne organisationer eller det politiske system. Ved at foretage denne spørgeundersøgelse sikres det, at Girlguiding UK udvikler og planlægger programmer, som afspejler pigers aktuelle behov og ikke gør brug af stereotyper eller formodninger.[xi]

*[xi] https://www.girlguiding.org.uk/social-action-advocacy-and-campaigns/research/girls-attitudes-survey/*

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ DIVERSITET

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvem tænker du på som den ideelle partner for spejderbevægelsen, og hvem når du ud til? Ligner de dig, eller er de forskellige fra dig? Prioriterer du partnere iht. specifikke parametre, f.eks. økonomi eller indflydelse? Kunne andre potentielle partnere være relevante?
- Sigter din kommunikation mod alle unge mennesker i dit samfund inklusiv de dårligst stillede og dem, der står uden for indflydelse?
- Hvilken spejderprofil afspejler du udadtil? Hvilke historier fortæller du? Vil nogle dele af samfundet i højere grad føle tilknytning til dit image, værdier og historiefortælling end andre?

### WHO JOINS?

- Who are you able to form partnerships with? Is it the same as always or are you able to form new and different partnerships?
- Do you reflect the society your members live in? What do you look like to external partners and future members? How do you share your policies and views on matters like diversity?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Hvem er du i stand til at indgå partnerskab med? Er det de samme som altid, eller er du i stand til at indgå nye og forskellige partnerskaber?
- Afspejler du det samfund, dine medlemmer lever i? Hvordan tager du dig ud for eksterne partnere og fremtidige medlemmer? Hvordan deler du dine politikker og holdninger til områder såsom diversitet?

### HVEM BLIVER?

- Vokser, udvikler og forandrer din organisation sig for at afspejle dit samfund?
- Hvilke antagelser gør du dig om dine unge medlemmer, lokale ledere og frivillige på nationalt niveau, hvad angår deres forhold og position i samfundet? Hvad antager du om deres husstand, uddannelses- og arbejdsbaggrund og økonomiske situation?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvilke stemmer i samfundet støtter du op om ved dit valg af partnere og ved de tiltag, du tager?
- Hvilken indflydelse har dine eksterne partnere på din organisation, værdier og måden du arbejder på? Lader du dem påvirke din medlemsstruktur?
- Repræsenterer du dine medlemmers holdninger og stemme i pressen og overfor dine eksterne organisationer?
- Hvem repræsenterer din organisation udadtil? Afspejler det din forståelse af diversitet i din MO?

# EKSEMPLER DIVERSITET

## EKSEMPEL 1

En statistik for en stor MO viser, at medlemmerne ikke er så mangfoldige som det samfund, de indgår i. I de seneste år har de fået individuelle grupper fra byer med store befolkningsgrupper af immigranter til at reklamere i disse lokalområder. Nogle af forsøgene var succesfulde, andre mindre succesfulde. Grupperne har allerede henvendt sig til det nationale kontor for at få hjælp. MO'en beslutter sig for at indgå partnerskab med eksterne organisationer, som arbejder indenfor disse immigrantgrupper, for at blive klogere på deres behov og for at få hjælp til at oversætte reklamematerialerne til deres grupper. De fleste af de dokumenter, som er tiltænkt medlemmers forældre, findes nu på mange forskellige sprog og kan tilgås og bruges af alle grupper. Dette har øget diversiteten og gjort det nemmere for eksisterende grupper at reklamere og arbejde med deres nye medlemmer.

# ØKONOMI

Køns- og diversitetsmainstreaming kan appliceres på økonomi via etableringen af en inkluderende økonomisk struktur. Vi vil fokusere på tre nøgleområder, som kan få dette til at ske: Fordeling af midler; beslutningstagning om budgetter; og ved at sikre lige adgang til ressourcer.

De økonomiske beslutninger, som din MO træffer om støtte til og tilvejebringelse af forskellige aktiviteter og grupper, har stor betydning for, hvem der er i stand til at deltage og hvorfor. For at inkorporere køns- og diversitetsmainstreaming, er det nødvendigt, at du overvejer, hvordan du fordeler dine økonomiske ressourcer (gennem dit budget) på et individuelt medlemsniveau, i støtten af lokaler grupper og på et bredere plan.

For at være mere inkluderende er det nødvendigt, men ikke tilstrækkeligt, at være opmærksom på, hvordan ressourcerne fordeles. Lige fra begyndelsen af budgetteringen kan inklusion være i centrum ved at sikre, at beslutningstagende organer er mangfoldige og aktivt repræsenterer alle behov. For at gøre dette har du brug for en gennemsigtig selektionsproces til at udpege medlemmerne af budgetgruppen og behov for at forsyne dem med relevant efteruddannelse i inkluderende økonomiske praksisser.

Nogle gange bruges tildelte ressourcer ikke af dem, der har brug for dem. Dette kan skyldes praktiske forhindringer eller forestillingen derom, sammen med mangel på viden og bevidsthed om det. For rent praktisk at få adgang til ressourcer, er der måske behov for information, tekniske faciliteter (postadresse, bankkonti, e-mail og internetadgang etc.) og specifikke færdigheder (udfyldelse af formularer etc.).

En anden type forhindring kan være symbolsk. Fortrolighed og diskret håndtering af ansøgninger om økonomisk støtte er en absolut nødvendig forudsætning for at sikre, at alle føler sig velkomne og trygge ved at benytte sig af disse muligheder. Det er derfor vigtigt, at beslutningstagere tager højde for adgang til ressourcer, sikrer en bevidsthed om det, og at dette kommunikeres til deres medlemmer.

**For at være inkluderende i din økonomi er det afslutningsvist vigtigt, at du er fleksibel, fair og opmærksom.**

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

Fordeler du ressourcer ligeligt for at nå ud til alle køn?
Fordeler du ressourcer for at nå ud til potentielle medlemmer med atypiske kønsroller?
Er der en sammenhæng mellem køn og økonomisk formåen i dit korps? Tiltrækker du f.eks. det økonomiske stabile segment af en befolkning, men er ikke så populær eller kendt blandt mindre velstående grupper eller individer?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Påvirkes forskellige køns deltagelse forskelligt af størrelsen på dit kontingent? Kunne man forestille sig, at forældre er mere villige til at betale for deres sønner end for deres døtre, eller forholder det sig omvendt?
- Er der en sammenhæng imellem medlemmers evne til at betale og deres foretrukne kønsroller? Er de medlemmer, som har bedre økonomisk adgang til dine aktiviteter, også de medlemmer, som passer bedre ind i de samfundsmæssige normer?
- Er der en korrelation eller forbindelse imellem medlemmer med bedre økonomisk adgang og deres forventninger til et 'traditionelt' spejderprogram og -aktiviteter? Eller aktiviteter, der traditionelt tilskrives mænd eller kvinder?

### HVEM BLIVER?

Er du bevidst om og diskuterer du den magt, som penge repræsenterer i samfundet, og hvordan der træffes beslutninger om denne ressource i din organisationskultur?
Håndteres penge typisk af et bestemt køn i dit samfund eller din organisation? Gør noget tilsvarende sig gældende ift., hvem der træffer de betydelige økonomiske beslutninger?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Er det muligt for et medlem åbent at spørge økonomiske beslutningstagere om at tage stilling til kønsperspektivet i budgettet?
- Tages der stilling til kønsperspektivet, når der træffes beslutning om budget?
- Demonstrerer du en bevidsthed om, at penge repræsenterer magt og derfor er en kilde til konflikt, især når uenigheder om ligeløn mellem kønnene også spiller en rolle?

### HVEM FORLADER OS?

- Har et af kønnene, grundet typen af arbejde, bedre mulighed for en højere indkomst, og er de derfor bedre i stand til at betale for medlemskontingenter, lejr etc.?
- Hvis der gennemføres et interview med dem, der forlader organisationen, nævner de da problemstillinger såsom vanskeligheder med at balancere et liv med arbejde, familie og frivillighed, som kunne være blevet løst, hvis MO'en havde stillet hjælpemidler til rådighed? Eller nævner de manglende sikkerhed på vejen hjem, hvis møder afholdes om aftenen, eller andre kønsspecifikke anliggender?

# EKSEMPLER KØN

## EKSEMPEL 1

I et korps bestående af piger og kvinder ses økonomi som noget, kvinder typisk ikke beskæftiger sig med eller ikke har interesse i. Budgetlægningen tilfalder derfor seniorledere og ses som et "nødvendigt onde". Unge kvindelige ledere har ikke meget at skulle have sagt ift. fordelingen af penge og begynder at blive frustrerede. De indser, at de er nødt til at være involveret i økonomisk beslutningstagning, hvis de ønsker indflydelse på, hvordan pengene fordeles. I dette korps beslutter senior- og juniorlederne at arbejde på budgettet i fællesskab for at sikre de unge generationer større adgang og indflydelse på, hvor pengene bruges. Dette medvirker til, at unge kvinder får erfaring med økonomi, hvilket fremmer et bredere syn på, hvad kvinder kan, og tilskynder udvidelsen af begrænsende kønsroller og åbner nye muligheder for selvudvikling og det at tage ansvar.

## EKSEMPEL 2

Ledere i en lokal gruppe bemærker, at det i visse familier er mere sandsynligt, at penge bruges på at finansiere mandlige medlemmers aktiviteter frem for kvindelige medlemmers. For at deltage i gruppens aktiviteter skal deltagerne eje en uniform, en sovepose og andet dyrt udstyr. Lederne brainstormer over mulige løsninger på dette problem og finder frem til følgende ideer:

- At slække på kravet om uniform
- At drive en ordning for brugte uniformer
- Gruppen køber udstyr, som medlemmer kan låne
- At sørge for gratis indledende møder for nye medlemmer med henblik på at afgøre, om de ønsker at fortsætte
- At undersøge, om der er mulighed for at reducere medlemskontingentet og stille midler til rådighed, som kan dække lejrgebyrer.

Et år senere er flere piger forblevet medlemmer, og lederne opdager, at nye medlemmer fra lavindkomstsområder også er blevet i stand til at melde sig ind.

# SPØRGSMÅL
## FOKUS PÅ DIVERSITET

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Er mængden af penge, du kræver af dine medlemmer, passende ift. deres socioøkonomiske baggrunde? Tilbyder du, at kontingenter/gebyrer reguleres afhængigt af forældres/individers indtægtsforhold?
- Fremstår du som en organisation, som potentielle medlemmer har råd til?
- Hvordan prioriterer du forskellige lokale enheder i din budgettering? Tages der højde for specifikke aspekter, eller er de samme grupper altid priviligerede, f.eks. i relation til geografi?
- Hvordan afspejler eller bidrager dine måder at prioritere på økonomiske strukturer i samfundet?
- Hvor får du dine penge fra? Påvirker dette lige muligheder for alle, eller indebærer det restriktioner eller retningslinjer?
- Hvilke typer aktiviteter prioriterer du i dit budget? Vil disse aktiviteter nå ud til grupper, som traditionelt ikke er kernemedlemmer?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Hvem har råd til at deltage? Hvor meget udstyr ska man bruge for at deltage? Er det ok at låne udstyr fra andre, eller skal man købe sit eget?
- Har du måder at gøre alle aktiviteter økonomisk overkommelige for alle?
- Hvordan finansierer ledere deres aktiviteter? Presser du ledere til at selvfinansiere nogle aspekter af deres aktiviteter?
- Hvis ledere som udgangspunkt er selvfinansierende – er der forsinkelse på refundering? Kunne dette være en måde at lægge pres på ledere?
- Har du partnere på lokalt niveau, som kan sponsorere individuelle medlemmer, hvis der er behov for det? Hvilken position sætter dette de sponsorerede medlemmer i?

### HVEM BLIVER?

- HoHvordan rapporterer ledere om deres gruppes økonomi? Har lederne ressourcerne og støtten til at gøre dette?
- Hvem har råd til at fortsætte som medlem? Hvis de har et andet familiemedlem, som regner med at melde sig ind, har de da begge råd til at deltage?
- Er du opmærksom på økonomiske forandringer i dit land og lokale område for at sikre, at du tilpasser dine budgetter?
- I områder, hvor der investeres økonomiske ressourcer i at reducere hindringer for adgang, kan du da se en betydelig stigning i medlemmer eller statistikker, der kan bevise, at du forsat har en mangfoldig medlemsskare?

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ DIVERSITET (Fortsat)

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvis der er specifikke støttemekanismer til at støtte individer med få økonomiske ressourcer, hvem træffer da beslutninger om, hvem der modtager støtte, og hvem der ikke gør?
- Gør du noget for at udvikle dine medlemmers autonomi ift. at træffe økonomiske beslutninger?
- Hvem bestemmer over budgettet? Hvilke interesser repræsenterer de?
- Inkluderer nogle positioner i korpset specifikke privilegier såsom refundering af omkostninger? Er disse muligheder ligeligt fordelt og tilgængelige?
- Tillader du eksterne institutioner og partnere at få indflydelse på dine programmer for at opnå økonomisk støtte fra dem?
- Har personer med personlig formue mere indflydelse, og er det lettere for dem at opnå indflydelsesrige positioner?

### HVEM FORLADER OS?

- Forlader nogle medlemmer os, fordi det er for dyrt at deltage? Spiller gruppepres for at købe udstyr, tøj etc. en rolle, som gør det sværere for nogle at blive end andre?
- Er du sikker på, at frivillige ikke mister penge, fordi de hjælper til i din organisation?
- Hvilke grupper kæmper for at fortsætte og er økonomisk svagere?
- Hvilke partnerinstitutioner og –organisationer påbegynder eller afslutter finansiering af spejderbevægelsen og hvorfor?
- Forlader medlemmer os som en konsekvens af økonomiske forandringer i hjemmet? Var de i stand til at dele information om deres økonomiske problemer med dig? Hvis ikke, hvorfor ikke?

# EKSEMPLER DIVERSITET

## EKSEMPEL 1

Som økonomien ser ud lige nu, har prisen for en hobby desværre betydning for et medlems, eller deres ansvarlige voksnes, beslutning om at blive del af organisationen. Overvej prisen for at være medlem af organisationen, for voksne såvel som deltagere. Fripladser gives ofte til folk fra specifikke baggrunde eller områder. Måske kan den model, som du bruger til at betale dit medlemskontingent, tilpasses for at gøre det muligt for lokale grupper at modtage betalinger i afdrag.

På grund af den måde, som mange grupper drives på, er mange ledere pålagt at købe ressourcer. Selvom enhver udgift, som lederne lægger ud for, skal refunderes, kan en forsinkelse i refunderingen stille ledere i vanskeligheder og være en forhindring. Ved at stille længere betalingsfrister og forskud til rådighed til fremtidige udgifter, kan presset lettes.

## EKSEMPEL 2

I en lokal gruppe bestemmes budgettet ved flertalsafstemning blandt gruppemedlemmerne. På denne måde kommer minoriteter, såsom et medlem der bruger kørestol eller andre medlemmer fra etniske minoriteter, aldrig til at lave de aktiviteter, som de er oprigtigt interesserede i. Hvordan ville du håndtere dette dilemma i din lokale gruppe?

For at sikre at du har en inkluderende organisation, forudsætter det, at der budgetteres med, at der løbende kan opstå ekstra, uforudsete behov. Det kan være, at organisationen er nødt til at budgettere med støtte til disse grupper, f.eks. fripladser for medlemmer fra underprivilegerede baggrunde; tilpasning eller flytning af møder, så de blive mere tilgængelige for medlemmer; eller at udvikle nye aktiviteter og programmer, som er mere inkluderende. Disse aspekter er individuelle for hver MO og bør tages i betragtning, når der lægges budget, gives bevillinger, eller når søges eksterne bevillinger og støtte.

## EKSEMPEL 3

En lokal gruppe kæmper for at skaffe penge fra eksterne bidragydere. De ved, at disse partnere ser på alle aspekter af organisationen og især støtter diversitet. Ekstern finansiering kan være en værdifuld ressource for mange MO'er, som kritisk bør overveje, hvilken ekstern finansiering de tiltrækker, og hvilken ekstern finansiering de ønsker at tiltrække. Det er vigtigt, at disse organisationer afspejler vores værdier.

Den lokale gruppe besluttede sig da for at se nærmere på eksterne partnere og institutioner, der tilbyder finansiering, og tager stilling til følgende: Har de inkluderende køns- og diversitetsprofiler? Promoverer de aktivt ligestilling mellem kønnene og diversitet? Efter at have undersøgt deres profiler, lavede de en liste med de bidragydere, der kunne være vores partnere, uden at gå på kompromis med vores bevægelses værdier. Tilsvarende reflekterede de over, hvad deres organisation siger til de partnere, de ønsker at tiltrække finansiering fra. De sammenlignede deres tilgang til inklusion med disse organisationers tilgange. De fandt ud af, at mange ting kunne forbedres. For at tydeligøre deres identitet tilføjede medlemmerne af den lokale gruppe derudover en særlig paragraf om inklusion og diversitet på deres hjemmeside. På den måde ville bidragsydere også vide, at gruppen åbent støtter diversitet. Hvis en organisation har et klart budskab, kan den indgå stærkere partnerskaber.

# STRUKTUR OG LEDELSE

Strukturen i en MO afgør, hvordan individer og grupper relaterer til hinanden indenfor organisationen. Det definerer, hvem der træffer beslutninger, og hvordan begrænsede ressourcer fordeles.

Måden dit korps er organiseret på påvirker også måden, dine medlemmer agerer på, og hvem der vil være i stand til at udfylde fremtrædende ledelsesroller. Beslutningstagere, som kun møder fysisk op to gange om året, skal være gode til at udtrykke deres meninger, når de ikke er tilstede (opkald, e-mail, Skype etc.). En arbejdsgruppe, som kun mødes i landets hovedstad, vil være sværere at blive del af for folk, som bor langt væk og ikke kører bil eller har adgang til offentlig transport.

Det er derfor meget vigtigt at sikre, at din struktur er tryg, mangfoldig og åben. En åben struktur, som sigter mod at invitere og repræsentere alle i din MO, hjælper med at opnå dette.

Lige så så vigtigt som at tiltrække medlemmer fra forskellige baggrunde er det at sikre, at din MO repræsenterer et imødekommende og trygt rum for folk fra alle baggrunde, så de vælger at blive som medlemmer.

Din MO burde allerede have en mission og vision, men har du en erklæring, som danner grundlag for, hvordan alle medlemmer behandles?

Dette kan måske kaldes en erklæring om inklusion, en principerklæring etc. Uanset hvad du beslutter dig for at kalde den, refererer den til den standard, som alle medlemmer holdes op på, og grundlaget for hvordan vi behandler hinanden.

**For at være mest effektiv, bør erklæringen udarbejdes af en mangfoldig gruppe og deles med alle medlemmer.**

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Har du en kvote for mandlig/kvindelig repræsentation i nogle af vores strukturer, f.eks. personalestab, bestyrelse, komitéer? Har du overvejet, om der kunne være behov for en kvote, eller om det kunne være brugbart?
- Hvordan beskriver du den ideelle kandidat til dine ledelsesstillinger? Er den kønsbaseret? Indeholder rollebeskrivelsen kønnet sprog?
- Hvem fastlægger de regler, du anvender til at beslutte, hvordan køn i dit sprog skal håndteres? Hvem føler sig tilpas med disse regler?

### HVEM MELDER SIG IND?

- I hvilket omfang tager du hensyn til folks familiære forhold eller andre omstændigheder?
- Hvordan definerer du ansvarsområder og roller i dit projekt? Tager du kun færdigheder og erfaringer, som er opnået i formelle roller, i betragtning, eller er der andre kriterier, som din MO anser som vigtige?

### HVEM BLIVER?

- Hvordan kan du sikre, at alle kan være præcis den, de ønsker at være?
- Hvordan håndterer du forskellige ledelsesstile? Hvordan sikrer du, at forskelige ledelsesstile anerkendes?
- Hvordan har dine medlemmers personlige liv indflydelse på deres ledende positioner i dit korps? Er der plads til fleksibilitet indenfor strukturerne, og er dette almindeligt kendt og ikke blot noget, der tages stilling til i de enkelte tilfælde?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvilke karakteristika har folk i ledelsespositioner til fælles?
- Hvem hæver stemmen under vigtige møder? Hvordan håndterer du respekt og lige muligheder for at komme til orde under disse møder?
- Hvilken indflydelse har dine partnere og donorer angående din struktur og dine værdier?

### HVEM FORLADER OS?

- Hvem blev længst i højtrangerende stillinger? Hvilke roller udfyldes kun kortvarigt?
- Hvis nogen forlader deres stilling førtidigt, eller hvis folk ønsker at udtræde, hvad kan du da lære af det?

# EKSEMPLER KØN

## EKSEMPEL 1

I en MO med blandede køn bestrider to mænd to af de mest fremtrædende positioner, den ene er i 40'erne, den anden i 60'erne. Ved et gruppemøde for ledelsen, som afholdes hvert kvartal, taler de to mænd det meste af tiden og overbevises sjældent om noget af det, de yngre medlemmer har at sige. Møderne passerer, og færre og færre tør foreslå nye ideer. Nye ledere føler sig usikre og utilstrækkelige, de har tendens til at overarbejde for at bevise deres værd, men giver så op og forlader posten efter to eller tre år. En dedikeret gruppe i MO'en spørger sig selv "Hvem har indflydelse?" og "Hvem forlader os?" og indser, at de er nødt til at gøre noget for at sikre, at flere unge mennesker og flere kvinder er involveret i beslutningstagningsprocesserne.

## EKSEMPEL 2

Etableringen af en "gender watch group" kan være et fremragende værktøj til at monitorere din organisation fra et køns- og diversitetsperspektiv. Missionen for sådan en gruppe er regelmæssigt at rapportere om relationer og balancen i repræsentationen af mellem individer og grupper (forskellige køn, minoriteter/majoriteter, heteronormativ/LGBT).

Målet med en gender watch group kan defineres som kortlægning af kønssituationen i organisationen. Gruppen bidrager til ligestilling mellem kønnene ved at tilvejebringe aktuelt data baseret på analyse. En kerneopgave for gender watch-gruppen er at indsamle tal (f.eks. repræsentation af køn i beslutningsdygtige organer), analysere og fortolke disse for at afdække, hvorvidt kønsrelationerne er afbalancerede i organisationen. De kan også blive et mødested for medlemmer på ethvert niveau i organisationen, som har betænkeligheder eller ideer angående måden, hvorpå køn tilgås af MO'en.

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ DIVERSITET

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvilke kerneværdier fremmer du? Hvordan er de inkluderende ift. til både medlemmer/ikke-medlemmer og frivillige/medlemmer af personalet?
- Hvem adresserer du i din frivilligrekruttering? Hvem inkluderer og ekskluderer du med dine selektionskriterier?
- Hvem tilbydes deltagelse i årlige møder og generalforsamlinger?
- Hvem føler sig inkluderet af det sprog, som anvendes af det øverste ledelsesniveau i dit korps?
- Hvordan er folkene i autoritetspositioner i din MO forskellige fra hinanden? Hvordan er de ens? Hvor godt repræsenterer dette dine medlemmer?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Hvem kan identificere sig med forskellige stillinger i korpset?
- Hvordan definerer du ansvarsområder og roller i dine projekter? Hvad er dine nuværende projektteams/arbejdsgruppers mest almindelige karakteristika?
- Hvordan inkorporerer du dine kerneværdier i rekrutteringsprocessen?

### HVEM BLIVER?

- Har du en politik for tilgængelighed for alle de lokaliteter, der anvendes af din MO?
- Vurderer du tilgængelighed i sin helhed over en given tidsperiode, såsom en måned, et år etc.?
- Hvilke kriterier tager du i betragtning, når du fastlægger ansvarsområder, organisation, deadlines etc.?
- Hvis kulturelle kalender anvender du, når du overvejer årlig organisering?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvem er i stand til at danne netværk og status indenfor korpsets ledelsesstruktur?
- Er de personer, som er ansvarlige for ledelse, repræsentative for geografi, køn, alder, uddannelsesniveau, social status etc.? Eller er alle i ledelsespositioner på den ene eller anden måde ens?
- Hvor nemt bevæger folk sig imellem lokalt og nationalt niveau i korpset?
- Hvem bestemmer, hvem projektlederne skal være?
- Hvordan ved du, om du i sandhed ledes af dine medlemmer?

### HVEM FORLADER OS?

- Hvem har ikke ressourcerne til at forpligte sig til en ledelsesstilling?
- Hvordan sikres en sund hyppighed i udskiftningen af frivillige og personale med henblik på at balancere både forandring og kontinuitet? Hvornår er det godt, at nogen forlader deres stilling? Hvordan gribes det an, hvem der skal efterfølge de afgåede medlemmer for at sikre diversitet?

# EKSEMPLER DIVERSITY

## EKSEMPEL 1

Et glasloft er et usynligt filter, som kun tillader bestemte typer af individer at stige i hierarkiet.

I starten af deres karriere får de fleste individer en mulighed for at arbejde sig hen imod en mere fremtrædende position. Men når individer tager trin op af hierarkiets stige, kan et glasloft nogle gange betyde, at kun de individer, der favoriseres af organisationskulturen, formår at stige til de vigtigste stillinger. Som et resultat heraf er det altid den samme type af individer med en ensartet tankegang, som involveres i nøglebeslutninger og har mest indflydelse i organisationen. Hvordan sikrer du i din organisation, at alle får en mulighed for at avancere og får adgang til beslutningstagende stillinger? Med intern efteruddannelse arbejder vi ofte med mange individer til ledelsesstillinger eller udruster dem med ledelsesevner, men når efteruddannelsen er overstået, kan de ikke praktisere disse færdigheder eller nå en given position pga. usynlige barrierer.

## EKSEMPEL 2

Det er et almindeligt fænomen, at man i stedet for tage sig tiden til og gøre en indsats for i sandhed at transformere organisationen til et mere mangfoldigt sted, hvor autentiske adgangskanaler skabes og inkorporeres, ofte kun skaber nogle få positive eksempler på diversitet, såkaldte "symboler" eller "trofæer".

I realiteten er det ikke muligt at opnå diversitet alene ved at udvælge nogle få individer, som repræsenterer et mere mangfoldigt fællesskab, eller ved at sikre at man altid har forskellige køn til at arbejde på bestemte projekter. Dette løser kun problemet midlertidigt og på et overfladisk niveau. For at være inkluderende på et organisatorisk niveau er der behov for dybdegående forandring over tid gennem en fælles arbejdsindsats fra alle medlemmer.

ØNSKER DU AT VIDE MERE?

## KVOTER: FORDELE, BEGRÆNSNINGER OG ALTERNATIVER?

Kvoter er en måde, hvorpå grupper, som lider under diskrimination i den større befolkning, kan sikres repræsentation. Kvoter implementeres ved at sikre, at et bestemt antal mennesker fra den diskriminerede gruppe har adgang til stillinger og muligheder. F.eks. har flere europæiske lande, såsom Frankrig og Norge, kvoter, der betyder, at et minimum af bestyrelsesmedlemmer i enhver registreret virksomhed skal være af hunkøn. Mange lande rundt om i verden, fra Argentina til Bangladesh til Rwanda, forbeholder pladser til kvinder i deres parlamenter. Det sydafrikanske landshold i cricket har en minimumskvote for sorte sportsfolk. Indenfor en spejderkontekst kunne en kvote f.eks. lyde, at et minimum antal stillinger på nationalt niveau skal bestrides af folk under 30 år, eller at der altid skal være en mand og en kvinde i de mest fremtrædende roller.

Reservering af et specifikt antal af positioner for specifikke (underrepræsenterede) grupper i valg i gymnasier, bestyrelser og lignende udgør en kvotepolitik. Kvoter er del af positive tiltag, som er "tiltag for at gøre uddannelse, beskæftigelse etc. tilgængelige for medlemmer af grupper, som traditionelt er blevet behandlet uretfærdigt, f.eks. pga. deres race eller køn." (Cambridge Dictionary).

**Hvorfor bruges og dokumenteres kvoter så ofte?**
Fordi det er en kvantitativ tilgang, som er direkte anvendelig og meget eksplicit. Det kan medføre hurtig forandring og er stærkt signal om viljen til at ændre strukturen. Kvoter kan også skabe rollemodeller, som kan opmuntre folk, som ellers ikke ville have overvejet at påtage sig en rolle. Kvoter definerer imidlertid et ønsket resultat, ikke en foretrukken proces. Det betyder, at du kun definerer "hvor meget" og ikke "hvor godt". Dette kan medføre en umiddelbar ligestilling, men det er ikke sikkert, at det fører til langvarig kulturel forandring. Ved at have flere personer med de ønskede karakteristika kan deres berettigelse langsomt legitimeres. Men i opstarten kan det være vanskeligt for disse mennesker at udføre deres arbejde. Faktisk kan kvoter til tider forstærke kulturelle problemer ved at skabe et nyt stigma for underrepræsenterede grupper; deres evner betvivles og kritiseres; de ses som illegitime pga. den særlige kvoteproces. Studier viser dog, at kvoter ikke påvirker kvaliteten af rekruttering. Folk er ikke inkompetente pga. positiv diskrimination, men de kan mangle erfaring pga. den tidligere diskriminerende rekruttering.

Kvotepolitikker anvendes ofte, hvorfor der ikke overvejes alternativer, men kvoter i sig selv er ikke en magisk løsning! Kun ganske få studier analyserer andre inklusionsprocesser; derfor kommunikeres der i mindre grad om komplementære måder at gribe det an på. Dette er et stort problem pga. kvotepolitikkers kvalitative mangler: I et langsigtet perspektiv kan kvoter kun være rigtigt effektive, når de kombineres med andre tiltag.

Disse alternativer er karakteriseret ved ændringer i måden, vi arbejder på. Nedenfor er tre eksempler:

- Understøttelse af underrepræsenterede gruppers kandidatur, gennem efteruddannelse, coaching, finansiering etc.
- Forandring af strukturer og vaner, f.eks. tilrettelæggelsen og tidspunktet for et møde, interne regler, mål, evaluering etc.
- At skabe kulturel forandring gennem efteruddannelse (ved at forklare formålet med positiv diskrimination, fordømmelse af diskrimination etc.).

Efter at have brugt denne værktøjskasse til at vurdere din nuværende situation kan det være, at du opdager, at der er uligheder i din organisation, som kvoter kan være med til at afhjælpe. Når du beslutter dig for, hvorvidt kvoter skal indføres eller ej, bør du nøje konsultere dig med alle interessenter. Dette bør involvere gruppen, for hvem du overvejer at lave en kvote, f.eks. minoriteter af religiøse unge mennesker eller folk under 30 år i juniorledelsesstillinger.[xii]

[xii] https://doi.org/10.1111/1467-9248.12116

# EFTERUDDANNELSE

## INTRODUKTION

**Mainstreaming af køn og diversitet i dit efteruddannelsesprogram er vigtigt af to årsager.**

**For det første** er din efteruddannelsesordning en vigtig arena, hvori dine holdningers værdier og prioriteter overføres og forstærkes. Ligesom med efteruddannelsesprogrammet kan din efteruddannelsesordning være en måde at kommunikere en kultur, der indebærer åbenhed, diversitet og omsorg for alle. Instruktører, som lærer dette fra din ordning, vil fortsætte det gode arbejde i de områder, de tildeles i din organisation, og vil sprede positive værdier til flere mennesker. Derfor er det vigtigt, at det gøres rigtigt!

**For det andet** ier det vigtigt, at man overvejer, hvilke barrierer der kan stå i vejen for efteruddannelse. Hvis der er bestemte personer i din organisation, som kan have gavn af din efteruddannelse, mens andre måske finder det sværere, er det en ulempe for begge individer og din MO. Når man opbygger og fastholder en dynamisk og mangfoldig organisation, beror det på at sikre, at alle kan deltage på alle de områder, de ønsker. Alle bør have adgang til god efteruddannelse, og det kan være, du opdager, at der er bestemte grupper, der har mere brug for hjælp til det end andre.

Efteruddannelse søger at styrke folk mentalt, socialt, fysisk, emotionelt og spirituelt i at tage ansvar i de opgaver, de udfører i livet. Efteruddannelse skal gøre individer i stand til at realisere deres fulde potentiale indenfor personlig vækst og udvikling, sikre arbejdstilfredshed og udvikle lederskabsevner. Specifikt giver efteruddannelse i køn og diversitet deltagerne den relevante viden, færdigheder og værdier, som tillader dem at bidrage til en effektiv implementering af køns- og diversitetsmainstreaming i deres organisation og landet som helhed.

Inklusion er en vedvarende rejse. Vi har altid brug for at tilpasse os forandringer i samfundet – inklusion fuldendes aldrig. Det er derfor, at vi konstant har brug for at uddanne os selv og andre i udviklingerne indenfor området. Efteruddannelse i køn og diversitet er ikke et mål i sig selv eller et værktøj, som kan stå alene i at implementere køns- og diversitetsmainstreaming. Det er del af en bredere vifte af værktøjer og strategier. Efteruddannelse i køn og diversitet bør inkorporeres i en vedvarende og langsigtet proces. Det mainstreamingværktøj, som WAGGGS har udviklet, er et af de værktøjer, som kan pege os i retning af, hvordan vi bliver mere inkluderende, og kan hjælpe os med processen på denne vedvarende rejse
.

*"Efteruddannelse skal gøre individer i stand til at realisere deres fulde potentiale indenfor personlig vækst og udvikling, sikre arbejdstilfredshed og udvikle lederskabsevner."*

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ KØN

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Er dine efteruddannelsesbeskrivelser neutrale, hvad køn angår?
- Fokus på pigespejder-MO'er: Planlægges efteruddannelserne med afsæt i den tanke, at nogle aktiviteter er mere "passende" og egnede til piger?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Er der nogle efteruddannelsesforløb, der sigter specifikt mod et køn eller et andet?
- Er der nogen kønskvoter for efteruddannelse indenfor bestemte arbejdsområder? Er der behov for det?

### HVEM BLIVER?

- Hvilken specifik efteruddannelse angående kønsproblematikker tilbyder du?
- Inkluderer du efteruddannelse i køn som en regelmæssig del af efteruddannelse indenfor andre områder?
- Oplever alle køn/begge køn din efteruddannelse som lige relevant?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Diskuterer ledelsesefteruddannelse de stereotyper, der er forbundet med alle køn og ledelse?

### HVEM FORLADER OS?

- Do you monitor how much training all genders respectively receive in your organisation?

# SPØRGSMÅL

## FOKUS PÅ DIVERSITET

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvilke kriterier bruges til at udvælge, hvem der får adgang til efteruddannelse? Privilegeres alder? Særlige færdigheder?
- Hvem beslutter, hvilke individer der får adgang til efteruddannelse?
- Hvordan beslutter du dig for, hvilke efteruddannelsesforløb du skal afholde? Kan individer anmode om bestemt efteruddannelse for dem selv eller for hele grupper af frivillige/personale?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Skal individer, eller deres lokale grupper, selv betale for efteruddannelse? Hvad er konsekvensen af dette?
- Forudsætter efteruddannelse specifik erfaring eller tidligere uddannelse?
- Hvordan sikrer du, at dine efteruddannelsesarrangementer imødekommer deltagernes behov?
- Hvordan imødekommer du deltagere, som også er omsorgspersoner?

### HVEM BLIVER?

- Hvilken støtte tilbydes deltagere, som finder indholdet af efteruddannelsen vanskeligt?
- Hvad er dine instruktørers mest udbredte karakteristika? Hvad gør dem forskellige fra hinanden? Hvordan afspejler de dit lands overordnede befolkning og din MO's medlemmer?
- Hvem bliver senere hen instruktører?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Hvem er oplært i at være instruktør og er således i stand til at definere efteruddannelsen?
- Hvordan træffes der beslutninger om, hvad efteruddannelsen skal tilbyde? Hvem kan anmode om efteruddannelse for dem selv eller for andre?
- Hvem designer efteruddannelsesmodulerne? Er planlægningsprocessen gennemsigtig?
- Giver de, der tager efteruddannelsen, feedback efter hver efteruddannelse? Påvirker denne feedback de fremtidige efteruddannelser? Hvordan?

### HVEM FORLADER OS?

- Hvor lang tid forbliver dine instruktører i deres roller? Hvor ofte genoplæres de?

# EKSEMPLER DIVERSITET

## EKSEMPEL 1

En MO foretager en vurdering af de personer, som over et år har deltaget i forskellige typer af efteruddannelse. MO'en overvejer da, hvorvidt de ligeligt repræsenterer alle medlemskategorier (hvor det er passende) (køn, geografiske områder, aldersgrupper, sproglig baggrund, etnisk baggrund, religiøs baggrund, funktionsnedsættelser etc.). MO'en overvejer også, hvorvidt repræsentationen er afbalanceret og repræsentativ, når potentielle medlemsmålgrupper tages i betragtning (er indvandrergrupper og forskellige sprog f.eks. repræsenteret proportionelt ift. deres repræsentation i samfundet, er medlemsskaren og repræsentationen i efteruddannelser proportionel ift. befolkningsandele i de forskellige regioner, og er nogle regioner underrepræsenterede). Hvis det viser sig, at nogle grupper er underrepræsenterede eller i mindre grad tilslutter sig efteruddannelsen, kan MO'en overveje, hvilke faktorer der forårsager dette, og hvad der kan gøres for at håndtere det.

## EKSEMPEL 2

Alle medlemmer/instruktører deltager i efteruddannelse i diversitet/alle moduler inkluderer elementer af diversitet.
Sammensætningen af en gruppe af instruktører kan sende et stærkt budskab om, hvilke slags deltagere det forventes tager del i efteruddannelsen. Hvis en deltager ikke ser nogen som sig selv iblandt instruktørerne, kan deltageren komme til at føle sig som en outsider eller føle sig anderledes på en "forkert" måde. Det er derfor vigtigt at være meget opmærksom på rekrutteringen af instruktører og forsøge sikre, at en afbalanceret blanding af personer bliver instruktører.
Medlemmer af minoritetsgrupper behandles ikke kun som repræsentanter for deres baggrund men i stedet som individer med varierede baggrunde og kompetencer. F.eks. er en person med et fysisk handicap ikke kun begrænset til at være specialist i at være spejder med en funktionsnedsættelse, hvis hun er mere interesseret i andre aspekter af spejderarbejdet.
MO'en samarbejder med andre organisationer og benytter sig af deres ekspertise i at fremme diversitet, når den organiserer ny efteruddannelse eller skaber et større efteruddannelsesmodul.

## EKSEMPEL 3

En MO har vanskeligt ved at tiltrække unge indvandrere. MO'en er bevidst om, at dens efteruddannelse ikke har adresseret spørgsmålene om, hvordan de kan åbne lokale grupper op for at inkludere en mere mangfoldig medlemsskare. Derfor nedsætter de en arbejdsgruppe for at udvikle et efteruddannelsesmodul angående diversitet for enhedsledere. De er omhyggelige med at sørge for, at gruppen har medlemmer fra forskellige baggrunde, da de indser, at det ikke er det samme at have erfaring med at arbejde med diversitet som rent faktisk at kovmme fra mangfoldige baggrunde, og at begge perspektiver er afgørende for at lære nye måder at arbejde på.

TIPS

## TIL TILGÆNGELIG EFTERUDDANNELSE

- For at maksimere inklusion i din efteruddannelse kan det være ideelt at undervise på en sådan måde, at alle forskellige læringsstile kan adresseres på den ene eller anden måde.
- Opfordr deltagere til at undersøge, hvordan de lærer bedst. Du kan undersøge dette med en spørgeundersøgelse om, hvordan deltagerne foretrækker at få materialet præsenteret.
- Ved at veksle imellem forskellige tilgange kan man på forskellige måder udtrykke vanskelige koncepter overfor deltagere. F.eks. kan en person, som foretrækker at tænke visuelt, have vanskeligt ved at følge et koncept alene ved at høre det forklaret. Ved at opfordre dem til at skitsere ideen på et stykke papir kan du måske hjælpe dem til at visualisere og forstå konceptet. Sørg for at have efteruddannelse, hvor du forklarer koncepter verbalt og ved hjælp af grafer/figurer for hermed at demonstrere konceptets logik.
- Indret klasselokalet på en måde, hvor alle føler sig velkomne, og skab et trygt rum.
- Når du bruger kulturelle, historiske og sociale referencer, forklar da konteksten først og dyk derefter ned i eksemplet. Ikke alle deltagere kommer fra den samme baggrund. Ved at forklare konteksten for en reference/et eksempel hjælper du med at fremme diversitet ved at sikre, at alle har det samme udgangspunkt, hvormed du undgår at ekskludere nogle fra start af.
- Minimér for så vidt muligt økonomiske barrierer. Nogle spejdere har måske begrænsede ressourcer, men er måske for flove til at sige at de ikke har råd til materialet, fotokopier eller bare en normal notesbog. Ved at have disse ting liggende klar, eller ved allerede at have printet til sådanne deltagere, kan du sikre, at de kan deltage uden at skulle bekymre sig. Gør det tydeligt, at de i tilfælde af særlige bekymringer eller problemer kan være trygge ved at tale om det med dig som instruktør, så du kan hjælpe dem med det.
- Råb alle deltagere op ved navn og sørg for, at de anerkendes for de forslag og bidrag, de byder ind med. Ved at gøre dette sikres det, at alle føler sig som velkomne og relevante medlemmer af efteruddannelsen, da det kommunikeres, at de tages seriøst. Dette er særligt hjælpsomt i situationer, hvor nogle måske føler sig usikre som minoritetsdeltagere (baseret på race, køn, klassebaggrund etc.) eller har upopulære holdninger eller synspunkter, der afviger fra flertallets.

## Notes

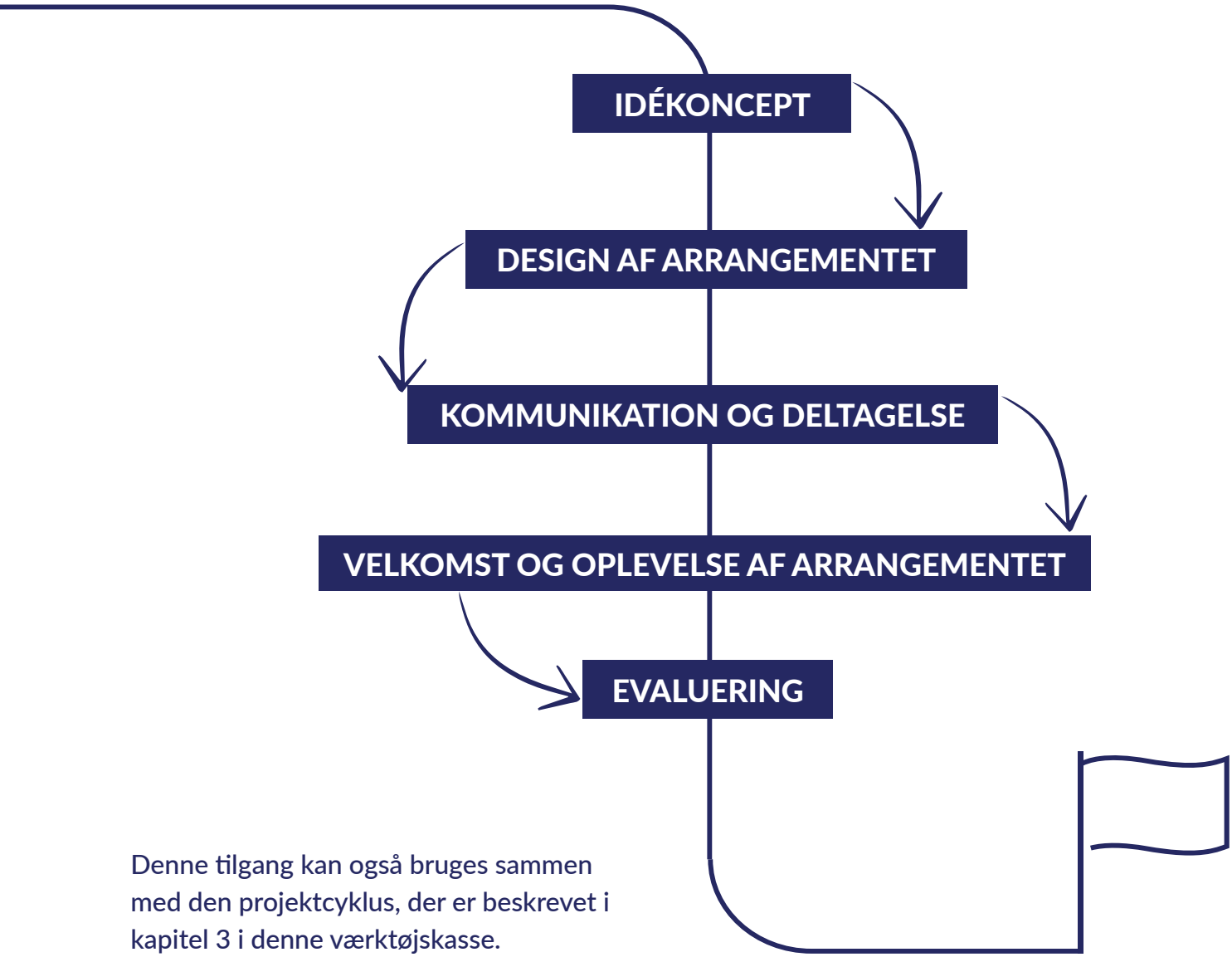
# ARRANGEMENTER

## BRUG AF VÆRKTØJSKASSEN TIL AT MAINSTREAME ET ARRANGEMENT

Køns- og diversitetsmainstreaming er relevant indenfor mange aktivitetsområder indenfor alle MO'er på tværs af alle niveauer: nationalt, regionalt og lokalt.

I dette kapitel vil vi trin for trin vise dig, hvordan hele værktøjskassen kan bruges som et referenceværktøj, og hvordan kapitlerne kan bruges sammen og overlappe hinanden.

Vi vil illustrere dette ved at arbejde os igennem processen for udvikling og skabelse af et potentielt arrangement. Fra den indledende ide til analyse og evaluering af arrangementet efter det har fundet sted – vi vil tage dig med under hele rejsen.




Denne tilgang kan også bruges sammen med den projektcyklus, der er beskrevet i kapitel 3 i denne værktøjskasse.

## 1 IDENTIFIKATION – DU ØNSKER AT ORGANISERE ET ARRANGEMENT

Du har fået en strålende ide til et arrangement, den er endnu blot på sit spæde stadie, men den hænger ved.

Når du befinder dig i de tidligere stadier af en udviklingsproces, skal du sikre dig, at du udforsker alle parametre og arrangementets fulde potentiale. Overvej de forskellige måder, du kan afholde arrangementet på, imens du arbejder dig i retning af målene for arrangementet. En god måde at gøre dette på kunne være at brainstorme med en sammensat gruppe af mennesker eller en gruppe, der afspejler din målgruppe.

Ved at bruge tid og plads på denne type konsultation og ved at lade forskellige mennesker komme med deres inputs, får du et mere tilgængeligt arrangement.

Eksempler på spørgsmål du kan stille:

- Hvorfor afholder vi dette arrangement, hvad er målet med det?
- Hvem ønsker vi at nå ud til?
- Er det en fastlagt gruppe (din enhed/trop), eller kan vi udvide antallet af inviterede eller deltagende?
- Hvad ønsker vi, at de skal føle/opnå/opleve?
- Hvorfor skulle de være interesserede?
- Har vi organiseret denne type arrangement før? Hvem tiltrak det?
- Er der faste parametre eller betingelser, vi skal forholde os til, f.eks. om det skal afholdes på et bestemt tidspunkt af året? Er det nødvendigt, at det afholdes om sommeren?
- Hvordan kan du sikre, at dine medlemmer kan være med til at forme arrangement med deres bidrag og inputs?

For at besvare disse spørgsmål kan køns- og diversitetsperspektivet anvendes med reference til værktøjskassens nedenstående kapitler:

**STRUKTUR OG LEDELSE**

**PROGRAM**

**RELATION TIL SAMFUNDET**

- **Struktur og ledelse**- Du skal sikre dig, at diversitet medtænkes i dette stadie, og at forskellige holdninger konsulteres og præsenteres for udviklingsteamet.
- **Program** - Hvis du påtænker at udvikle et uddannelsesarrangement, hvordan vil det da relatere sig til programmet? Vil det tiltrække en mangfoldig vifte af medlemmer? Hvilke typer mål vil du forsøge at opnå?
- **Relation til samfundet** - Vil det have en effekt for dine medlemmer eller offentligheden? Hvilket budskab om din organisation vil offentligheden opfatte som følge af arrangementet?

Denne del af processen fokuserer på at definere konceptet og handler om at identificere behovet for arrangementet. Det handler om virkelig at undersøge og forstå, hvorfor du foreslår at gøre noget, og hvad formålet med det er.

## 2 FORMULERING – HVORDAN KOMMER ARRANGEMENTET TIL AT SE UD?

I er nu blevet enige om et koncept for arrangementet. Næste skridt er at designe det og bringe det til live.

### *A) A) REKRUTTERING OG LEDELSE AF FRIVILLIGE*

#### STRUKTUR OG LEDELSE

Du skal sikre dig, at dine planlægningsteams er afbalancerede, hvad køn og diversitet angår. Ikke kun med hensyn til antal, men ved at sikre at de er tilgængelige og indbydende for alle – både eksisterende og nye medlemmer.

#### EFTERUDDANNELSE

Hvis du kræver og muliggør efteruddannelse af dine medlemmer, skal du sikre dig, at det er tilgængeligt for alle på dit team/dit fremtidige team.

#### ØKONOMI

Dit team af frivillige har måske forskellige økonomiske behov med henblik på at kunne deltage fuldt ud. Vær sikker på, at du har sat ressourcer til side for at imødekomme alles individuelle behov, og at muligheder for refundering/håndtering af logistik er ordnet på forhånd.

### *B) TÆNK STORT: TÆNK INKLUDERENDE – PLANLÆGNING AF PROGRAM*

#### PROGRAM

Når du planlægger programmet for arrangementet, skal du sikre dig, at det er relevant, tilgængeligt og attraktivt for alle deltagere ved at tilbyde en bred vifte af aktiviteter.

#### MEDLEMMER

Hvordan vil du involvere dine medlemmer i denne planlægningsfase og muliggøre feedback? Overvej, om dette arrangement er appellerende og attraktivt for alle køn og grupper.

#### ØKONOMI

Tag hensyn til individuelle deltageres og frivillige lederes/medlemmers forskellige økonomiske behov, når du planlægger arrangementets budget og den pris, deltagerne skal betale.

#### RELATION TIL SAMFUNDET

Brug arrangementet til at knytte bånd til samfundet, ræk ud til andre organisationer, som måske kan støtte dig i at levere et mere mangfoldigt program, eller deler de samme værdier og mål

## 3 KOMMUNIKATION OG DELTAGELSE

### MEDLEMMER

Hvordan vil du nå ud til hele den ønskede målgruppe for at opnå (den bedste) deltagelse?

### ØKONOMI

Hvordan vil du iværksætte procedurer for at sikre, at deltagelse er mulig for din målgruppe, uden at økonomi bliver en hindring for deltagelse?

Hvordan vil du kommunikere om mulig økonomisk støtte for at sikre, at deltagere har adgang til (og føler sig trygge ved at søge om) støtte til dit arrangement?

### RELATION TIL SAMFUNDET

Hvordan kan du kommunikere dine arrangementer til det bredere samfund (i) for at invitere folk til at deltage (ii) og som en måde at skabe opmærksomhed omkring arrangementet på samt som marketingsmulighed for at sikre, at du præsenterer en mangfoldig og inkluderende organisation?

### EFTERUDDANNELSE

Hvor, hvornår og hvordan vil muligheder for efteruddannelse blive præsenteret, hvis der er behov for specifikke færdigheder eller kompetencer for at deltage?

## 4 IMPLEMENTERING OG MONITORERING – ET INKLUDERENDE ARRANGEMENT GENNEM EN INKLUDERENDE VELKOMST

### PROGRAM

For at muliggøre fuld deltagelse skal du i løbet af dit arrangement sikre dig, at dit program forløber som planlagt og er relevant, interessant, tilgængeligt og learner-led. Fleksibilitet er nøgleordet, hvis det bliver tydeligt, at noget ikke fungerer, som det skal.

### STRUKTUR OG LEDELSE

Arrangementet har måske brug for folk til at udfylde roller såsom at tage imod deltagerne, at sikre sig at deres behov opfyldes og monitorering gennem hele arrangementet; og der er måske behov for fleksibilitet, hvis behovene ikke er forklaret (ordentligt) eller ikke er kendt på forhånd. Hvordan udvælges og støttes disse personer?

# 5 EVALUERING – ÅBNE OG RETFÆRDIGE PROCEDURER

## MEDLEMMER

Dette er det rette tidspunkt at undersøge, hvorvidt både medlemmer og ikke-medlemmer har følt sig trygge ved at deltage i arrangementet.

## PROGRAM

I evalueringen har vi en mulighed for at kontrollere, om vores uddannelsesprogram stemmer overens med deltagernes behov og de mål, der blev sat.

## RELATION TIL SAMFUNDET

Samarbejdede vi med de rette partnere, passede vi godt sammen?
Lykkedes vores samarbejde med eksterne partnere, og blev vores forventninger og behov mødt?
Reflekter over, hvordan arrangementet engagerede sig med det omkringliggende samfund, og om samfundets opfattelse af organisationen har ændret sig. Gjorde arrangementet en forskel?

## ØKONOMI

En mulighed for at tjekke, hvorvidt de budgetterede midler bruges af og/eller for de grupper, vi havde intention om at støtte, og hvorvidt vores prioriteter i budgettet afspejler arrangementets egentlige behov

## STRUKTUR OG LEDELSE

Hvilken holdning har organisatorerne (personale, frivillige og bidragsydere), som var involveret i arrangementer, haft til arrangementet? Hvordan kan de give feedback, og vil de få resultaterne at vide? Hvilken indflydelse vil de få?

## EFTERUDDANNELSE

Har vores efteruddannelse haft et relevant indhold ift. at klæde vores ledere ordentligt på til at afholde et inkluderende arrangement?

## *Notes*

# RESSOURCER TIL ENHEDSLEDERE

I WAGGGS bruger vi vores uddannelsesmetode, som er en unik model for uformel uddannelse. Ved at bruge denne metode kan du skabe et læringsmiljø, hvor unge mennesker kan føre an og træffe valg om, hvad de gør. Du kan hjælpe dine medlemmer med at styrke og udvikle deres fulde potentiale.

Værktøjskassen er blevet udviklet til brug af bestyrelser og/eller komiteer, som arbejder på nationale og regionale niveauer i din organisation. Hvis du er interesseret i at bruge den på lokalt niveau, kan de fem nøglespørgsmål (som blev beskrevet i kapitel 1) og projektcyklussen og de andre værktøjer (i kapitel 3) bruges på præcis samme måde. Hvad angår de øvrige spørgsmål, kan du "oversætte" dem og bringe dem i anvendelse i din gruppe eller enheds specifikke situation og dermed få vigtig hjælp til at udvikle dit spejdermiljø.

I stedet for f.eks. at spørge "Hvem tilbydes at deltage i vores årlige møder og generalforsamlinger?" (struktur og ledelse, kønsspørgsmål), kan du på et lokalt niveau spørge "Hvem inviteres til at tale ved vores planlægningsmøder?". Yderligere eksempler, samt deres forbindelse til de fem nøglespørgsmål, fremgår af faktaboksen nedenfor.

ØNSKER DU AT VIDE MERE?

## FOKUS PÅ KØN:

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Er der en balance mellem alle køn i vores reklamemateriale og på vores hjemmeside? Hvad foretager folk sig på disse billeder?
- Er kønnene ligeligt repræsenteret i den information, vi kommunikerer om vores program? Bruger vi altid maskuline personpronomener, bruger vi kun mandlige eksempler etc.?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Er vores aktiviteter specifikt målrettet deltagere af et bestemt køn? Tilbyder vi deltagere en mulighed for at prøve en lang række forskellige aktiviteter?
- Har vi betydeligt flere ledere af et bestemt køn?
- Fokus for pigespejder-MO'er: Er der et typisk billede på den pigespejder, vi rekrutterer, eller er vi åbne overfor atypiske karakterer, som ikke passer ind i en bestemt stereotyp for, hvordan piger eller kvinder bør være?

### HVEM BLIVER?

- MO'er med blandede køn: Har I kønsopdelte soveområder ved arrangementer, der indebærer overnatning?
- Er det mere sandsynligt, at medlemmer af et bestemt køn fremfor andre bliver i organisationen, i takt med at de bliver ældre?
- Hvordan kommunikerer vi til vores medlemmer, at pigespejderorganisationer ikke kun er tiltænkt "eventyrlystne" piger eller "pigede" piger. Gør vi en bevist indsats for at vise en åbenhed overfor en bred vifte af personligheder?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Er der i din MO regler for, at bestemte funktioner eller roller skal bestrides af bestemte køn? Har du overvejet, om dette rent faktisk er gavnligt eller ej? Det er muligt, at de kan bidrage til magt-indflydelsesbalancen.
- Hvem udnævnes som leder, og hvem gør ikke? Hvordan beslutter vi os for, om en leder kan deltage i efteruddannelse?
- Hvem deltager regelmæssigt i reklame- og rekrutteringsarrangementer? Hvilket budskab kan man uddrage af dette?
- Når du spørger om deltagernes holdning til et givet spørgsmål, er det da mere sandsynligt, at et køn svarer frem for et andet?

### HVEM FORLADER OS?

- Ved du, hvem der forlader gruppen? Er antallet højere for et specifikt køn?
- Gransker du årsagerne til, hvorfor nogen forlader gruppen?
- Pigespejder-MO'er: Føler piger, som ikke passer ind i det 'traditionelle' billede/en bestemt type pige, sig velkomne, eller forlader de organisationen over tid?

ØNSKER DU AT VIDE MERE?

## FOKUS PÅ DIVERSITET:

### HVEM NÅR VI UD TIL?

- Hvordan kommunikerer vi eksternt, at vi ikke ønsker at være en "lukket" gruppe? Giver vi overfor alle slags mennesker udtryk for, at spejderbevægelsen er åben for dem?
- Har vi informationsmateriale på forskellige sprog?
- Kommunikerer vi åbent, at LGBT-deltagere også er velkomne?
- Skildrer vores reklame-/rekrutteringsmateriale en bred vifte af deltagere og ledere?

### HVEM MELDER SIG IND?

- Hvordan kan vi blive bedre til mere åbent at adressere andre børn (som hidtil ikke har meldt sig ind)?
- Skal børnene rejse langt for at deltage?
- Har du nogensinde overvejet, hvad du kræver af en leder? Kommunikeres dette åbent indenfor gruppen?
- Hvad koster det at blive medlem? Tag stilling til kontingenter og andre 'skjulte' omkostninger såsom uniform. Støttes børn og ledere, som måske ellers ikke ville have råd?

### HVEM BLIVER?

- Hvor kommunikerer vi? Modtager alle børn i gruppen den samme information (vær varsom med at kommunikere via gruppechat, digitale medier etc.)?
- Kommunikerer vi på en sådan måde, at selv familier med et lavt uddannelsesniveau har adgang til vores information og forstår, hvad vi kommunikerer?
- Er det muligt for familier med begrænsede økonomiske ressourcer at få støtte til deres børns spejderudstyr? Sørger vi for og informerer vi om sådanne muligheder?
- Kender vi til barnets familiesituation? Spørger vi ind til familieforhold på en betænksom måde, idet vi ikke ved, om det kan stille familien eller barnet i en ubehagelig situation?
- Støtter vi hinanden i at give alle ledere en oplevelse af personlig udvikling?

### HVEM HAR INDFLYDELSE?

- Giver vi en åben fremstilling af, hvad vores aktiviteter tilbyder? Giver vi et indtryk af, at vi tilpasser os feedback og spørgsmål?
- Hvis ledere ikke agerer eller kommunikerer på en åben og ligeværdig måde – hvem giver dem feedback og taler med dem om det?
- Har alle børn lige mulighed for at byde ind med ideer til arrangementer og aktiviteter?

### HVEM FORLADER OS?

- Overvejer du de bagvedliggende årsager, når nogen forlader din gruppe?
- Har du procedurer til håndtering af vanskelige situationer, når nogen ønsker at stoppe?

# RESSOURCER TIL ENHEDSLEDERE

I et ledelsesteam giver det god mening at fokusere på specifikke områder, som du ønsker at ændre. Hvis du for nyligt har erfaret, at mange børn har forladt din gruppe, har du nogle andre grunde til at tage køn og diversitet op til overvejelse, end hvis du f.eks. erfarer, at færre og færre piger deltager i aktiviteter, mens det modsatte gør sig gældende for drenge. Det er også vigtigt, at du overvejer at have mere diversitet blandt ledere på alle niveauer.

Selv hvis du har en masse medlemmer og en god sammensætning, er det fortsat meningsfuldt og gavnligt at tage stilling til og diskutere de følgende spørgsmål, f.eks. i dit ledelsesteam. Du kan kun drage fordel af oplevelsen og udvikle et endnu bedre og mere afbalanceret spejderprogram.

Traditioner er altid et stort emne. Som spejder er det dit ansvar at blive ved med at stille spørgsmålstegn ved vores traditioner, ritualer og ceremonier. Disse udgør en vigtig del af kulturen indenfor spejderbevægelsen og hjælper os med at føle os som del af en gruppe. Men de adskiller os også fra andre, hvilket kan være problematisk. Som ledere bør I være påpasselige og kritisk overveje, hvorvidt bestemte traditioner eller ritualer muligvis ekskluderer bestemte børn eller ledere fra gruppen.

Vi har lavet en "checkliste", som kan hjælpe dig med at komme i gang med og/eller fortsætte med din mainstreamingrejse.

Arbejde med køns- og diversitetsemner indebærer mange forskellige områder, som kan være gruppespecifikke og muligvis kræver tilpasning.

Nedenfor er der to checklister, en til planlægning og en til implementering. De er korte og nemme at tage i anvendelse. De hjælper dig med at bevare et åbent sind, når du overvejer indholdet og ideer til den planlagte aktivitet. Med tid og øvelse vil dit ledelsesteam næsten automatisk medtænke denne checkliste, når jeres programmer planlægges.

### CHECKLISTE: UNDER PLANLÆGNINGEN

*Overvej, hvordan dine teams sammensættes til dine aktiviteter.*

*Planlæg dine aktiviteter på en sådan måde, at hvert barn har muligheden for at vise dets styrker.*

*Planlæg dine aktiviteter holistisk og anvend spejdermetoder.*

*Anvend forskellige metoder på en afbalanceret måde i løbet af året.*

*Du skal sikre dig, at programplanlægningen sker i samråd og ligeværdigt.*

*For at give muligheden for trygge zoner ('safe spaces') kan du overveje at tilbyde typiske 'pige'- eller 'drenge'-aktiviteter, nogle gange i kønsopdelte grupper.*

*I blandede grupper: I tilfælde af, at der er signifikant flere piger/drenge i gruppen eller i enhederne - forsøg da at tage stilling til, hvorfor programmet og ledelsesstrukturen i højere grad adresserer et køn fremfor et andet.*

### CHECKLISTE: UNDER AKTIVITETEN

*Har alle lige mulighed for at blive leder på et tidspunkt?*

*Fremstiller vi os selv som ligestillede, når vi kommunikerer med barnet eller forældrene – kvindelige og mandlige ledere har samme muligheder og lige værdsatte færdigheder. Eksempelvis kan både mandelige og kvindelige ledere forestå håndværksaktiviteter og mere vilde lege.*

*Forbereder alle køn snacks i løbet af aktiviteten?*

*Er vores indstilling overfor børn altid positiv, støttende, anerkendende og løsningsorienteret?*

# APPENDIKS: ORDFORKLARING

## HVAD ER KØN?

"Køn refererer til de roller, væremåder, aktiviteter og karaktertræk, som et givet samfund på et givet tidspunkt anser som passende for mænd og kvinder... Disse karaktertræk, muligheder og forhold er socialt konstruerede og indlæres gennem socialiseringsprocesser. De er kontekst- og tidsspecifikke såvel som foranderlige. Køn afgør, hvad der forventes, tillades og værdsættes ved en kvinde eller en mand i en given kontekst. I de fleste samfund er der forskelle og uligheder mellem kvinder og mænd, hvad angår de ansvarsområder, de tildeles, aktiviteter de påtager sig, adgang til og kontrol med ressourcer såvel som muligheder for beslutningstagning. Køn er del af den bredere sociokulturelle kontekst, ligeså vel som andre væsentlige kriterier for sociokulturel analyse såsom klasse, race, fattigdomsniveau, etnisk gruppe, seksuel orientering alder etc." [13]

## HVAD ER DIVERSITET?

*"Diversitet er det, der differentierer os fra hinanden – en blanding af mange forskellige dimensioner såsom: etnicitet, køn, hvordan vi tænker, hvad vi værdsætter, baggrunde og erfaringer, der former vores perspektiver."* [14]

## HVAD ER MAINSTREAMING?

Mainstreaming er en proces, hvor implikationerne af enhver planlagt handling undersøges, herunder politikker og programmer på alle niveauer. Det er en strategi, som søger at gøre alle individers overvejelser og erfaringer til en integreret del af designet, implementeringen, monitoreringen og evalueringen af alle politikker og programmer, så alle har lige stor gavn af dem. Det ultimative mål er at opnå ligestilling.[15]

## HVAD ER INTERSEKTIONALITET?

Dette er relateret til sociale og kulturelle kategoriseringers sammensatte natur. Disse kan inkludere forhold såsom race, klasse, helbred, køn og seksualitet. Intersektionalitet er, hvordan hver af disse kategorier gør sig gældende for et givet individ eller en gruppe, og den erfaring der udgår fra overlappende identiteter, som dermed skaber et gensidigt afhængigt system af diskrimination og ulemper ('disadvantage').

For mere om intersektionalitet, se Kimberlé Crenshaw, pioner indenfor kritisk raceteori og ophavskvinde til begrebet intersektionalitet. Udforsk virkelighedens race- og kønsbias her:
*https://www.ted.com/talks/kimberle_crenshaw_the_urgency_of_intersectionality*

## HVAD BETYDER KØNSNEUTRALT?

Kønsneutralt betyder, at det (emne/aktivitet, oplevelse) er egnet til, anvendeligt for eller lige gældende for alle køn.

## HVAD BETYDER LGBT?

LGBT er et akronym, som bruges til at referere til personer, som er lesbiske, bøsser, biseksuelle eller transkønnede. Lesbisk er en betegnelse, der bruges til at beskrive personer, der identificerer sig som kvinder, som emotionelt, spirituelt, romantisk og erotisk er tiltrukket af andre personer, der identificerer sig som kvinder. Homoseksuel ('gay') er et adjektiv, som bruges til at beskrive personer, som fysisk, romantisk og/eller emotionelt tiltrækkes af andre mennesker af samme køn (f.eks. homoseksuel mand, homoseksuelle personer). Nogle gange er lesbisk den foretrukne benævnelse for kvinder. Biseksuel refererer til personer, som har kapaciteten til at danne en varig fysisk, romantisk og/eller emotionel tiltrækning til personer af samme køn eller personer med et andet køn. Folk kan opleve denne tiltrækning på forskellige måder og i forskellige grader over et liv. En transkønnet person har en kønsidentitet, som er forskellig fra det køn, han eller hun blev tildelt ved fødslen. Transkønnede personer kan transitere fra mand til kvinde (kvindeligt kønsudtryk) eller fra kvinde til mand (mandligt kønsudtryk). Det er at foretrække at beskrive trankønnede personer som 'han' eller 'hun' iht. deres kønsidentitet, dvs. det køn de præsenterer, ikke det køn de blev tildelt ved fødslen.[16]

## HVAD ER SEKSUEL ORIENTERING?

Dette refererer til en persons fysiske, romantisk og/eller emotionelle tiltrækning mod andre personer. Alle har en seksuel orientering, som er del af deres identitet.

## HVAD ER KØNSIDENTITET?

Det er en persons sociale køn, uanset om det er mandligt, kvindeligt eller noget andet, som kan stemme overens eller ikke stemme overens med det køn, personen blev tildelt ved fødslen.

## HVAD ER KØNSUDTRYK?

Kønsudtryk er, hvordan en person vælger at udtrykke sit køn udadtil indenfor konteksten af de samfundsmæssige forventninger til køn. En person, som ikke indordner sig under de samfundsmæssige forventninger til køn, identificerer sig dog ikke nødvendigvis som transkønnet.

*[13] http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsandefinitions.htm*
*[14] Canadian Centre for Diversity and Inclusion*
*[15] Adapted from Mainstreaming definition in ECOSOC agreed conclusions, 1997, http://www.un.org/womenwatch/osagi/pdf/e65237.pdf*
*[16] https://www.glaad.org/reference/lgbtq*

EYF
european youth foundation
fonds européen pour la jeunesse

asocio
The Project
Supporting
International
Guiding and Scouting

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

**World Association of Girl Guides and Girl Scouts**
World Bureau
Olave Centre
12c Lyndhurst Road
London NW3 5PQ
United Kingdom

T: +44 (0) 20 7794 1181

@wagggs

@wagggs_world

**www.wagggs.org**

Registered charity number: 1159255 in England and Wales