

Mentora

4/2012

Svenska studiec centralens tidning
Frivilligt på svenska!

Utmana zonen

Alf Rehn vänder på begreppen

Designen som inte syns

Inredning som fungerar för alla

Ny eller gammal logo

Stort arbete bakom logobyte

Det är bra om man skapar en positiv atmosfär för handikappade och deras behov. Man ska inte genast börja prata om pengar utan lyssna först.

Hans Åhman om FSS verksamhetsutrymmen, sid 13



- 3 Ledaren 
- 4 På gång
- 6 Utmana din bekvämlighetszon
- 10 Designen som inte syns
- 14 Hur få en ny logo? 
- 17 Gallup: Älskad eller hatad logo?
- 18 Designa ditt liv

- 21 Kolumnen: År 2013 
- 22 Hantverk och design
- 24 Informatörsnätverket ger en kick
- 25 Frågan: Hur få med ungdomar?
- 25 Avskrivet
- 26 Kalendern 
- 27 Ditt och datt

MENTORA

Mentora är Svenska studiecentralens tidning för de finlandssvenska organisationerna. Mentora tar upp aktuella ämnen för att fördjupa och utveckla den kompetens som finns inom organisationerna.

12 årgången 2012. Utkommer år 2013 med fyra nummer. Mentora kan läsas på nätet på adressen www.studiecentralen.fi/mentora

Materialdag / utkommer

- nr 1 8.2 / vecka 10
nr 2 19.4 / vecka 20
nr 3 30.8 / vecka 39
nr 4 1.11 / vecka 48

UTGIVARE
Svenska studiecentralen

Centralkansliet
Nylandsgatan 17 B
PB 235, 00121 Helsingfors
Tfn: 09-612 9070
kansli@studiecentralen.fi

Österbottens regionkansli
Handelsplanaden 12 B 17, 65100 Vasa
Tfn: 06-320 4150
vasa@studiecentralen.fi

Åbolands regionkansli
Auragatan 1 C, 20100 Åbo
Tfn: 040-502 6026
abo@studiecentralen.fi

REDAKTION
Björn Wallén
chefredaktör och ansvarig utgivare
bjorn.wallén@studiecentralen.fi

Mari Pennanen
redaktionssekreterare
mari.pennanen@studiecentralen.fi

Pia Pettersson
layout

Ann-Sofi Backgren
vik. verksamhetsombud (Österbotten)

Sebastian Gripenberg
verksamhetsombud (Nyland)

Beatrice Östman
verksamhetsombud (Åboland)

Walter Fortelius
Arbetstränare på Sveps

Cecilia McMullen
Verksamhetsproducent på DUA

Kim Österman
Förbundscoordinator FSU

Tryck: Painoyhtymä Oy

Pärm: Alf Rehn, foto: Sini Pennanen

Design

är att landa på andra sidan

Välkommen att ta del av nydesignade Mentora. Design och kultur är ett passande kick-off-tema för en tidning som genomgått en ansiktslyftning både till form och till innehåll. Vi inom redaktionen har en tid bollat med olika idéer för att göra tidningen ännu mer attraktiv och ambitiös när det gäller våra målgrupper och samarbetsparter inom det mångfaldiga medborgarsamhället.

Begreppet design har under de senaste åren spridit sig till flera andra domäner än de traditionella förknippade med brukskonst och grafisk formgivning: man talar om webbdesign, livsstilsdesign, landskapsdesign och så vidare i all oändlighet. Alf Rehn i detta nummer har rätt i att termen riskerar att tömmas på sitt innehåll om den bara blir ett personifierat mervärde på en opersonlig marknad.

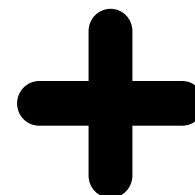
Design är ett utmejslat språk, ett formspråk med otaliga konstnärliga uttryck, och passar synnerligen bra in i den privatpersonliga, post-kollektiva kultur vi lever i. Risken är uppenbar att design blir ett elitprojekt, där bara de upphöjda designmakarna står i rampljuset. Därför har en del skapat en motkultur, som talar för designdemokrati.

När Helsinki World Design Capital 2012 (WDC) nu lider mot sitt slut, är det dags att summera vad designhuvudstadsåret har tillfört landet och Svenskfinland. Jag menar mer än turister, pengar och konstnärlig ära och berömmelse. Har vi blivit mer "innovativa" på något plan? Har samhällsstyret ändrats, kulturlivet blomstrat upp och nya flaggskepp i stil med Guggenheim lanserats?

En observant läsare märker nog den milda ironin i ovanstående frågor. Men saken är den att designdemokrati kunde betyda så mycket mer än att folk köper hem billiga – och smart designade – svenska möbler som de själva med svett och möda får skruva ihop.

Designdemokrati kan spegelvänt också betyda demokratidesign. Före och efter det senaste kommunalvalet har närdemokrati blivit en het potatis i kommunreformens debattvirvel. Varför inte designa närdemokratin så, att brukarna får reellt inflytande också mellan valen, i form av brukarstyrning, medborgarpaneler och andra deltagarstyrda demokrativerktyg, beroende på service och sammanhang?

När finlandssvenska föreningar och organisationer planerar framtida designprojekt, kan det vara intressant att omtolka kärnfrågan om varför vi finns till som nämns i syftesparagrafen med svårmodig historienostalgi. Fråga i stället en fokusgrupp, eller andra aktörer utanför boxen: Designa din drömmorganisation för Mission Impossible. Design är att landa på andra sidan om den drömmen.



*Julen närmar sig.
Dags för ett immateriellt
julpaket i form av en
donation till välgörenhet,
en konsert med kompisen,
eller en e-bok?*



*Kommunalvalet,
där Sfp igen blev störst
med sina 42 procent.
Sfp=Soffliggarpartiet.*

Så många kurser i körsång ordnades år 2011 i Svenskfinland i samarbete med Svenska studiecentralen. Av de 2181 deltagarna var 914 kvinnor och 1267 män. Är det alltså fler män än kvinnor som sjunger i kör?

76



NORDEN PÅ KARTAN – SVERIGE

■ Studieförbundet Vuxenskolan (SV) i Sverige har genomfört en omfattande organisationsförändring för att öka tillgängligheten och minska antalet avdelningar.

Tidigare hade man 172 avdelningar, 14 regioner samt ett förbundskansli. Nu är det 32 avdelningar och ett förbundskansli. Antalet tjänstemän är ungefär samma som tidigare. Likaså är cirkelledarna ute i bygderna samma

till antalet som tidigare, ca 20 000. Före omorganisationen var de förtroendevalda ca 2100. I dag finns det ca 670 förtroendevalda. Nu pågår en successiv anpassning efter de nya förutsättningarna och alla som är kvar i SV skall utveckla nya arbetsformer och rutiner.

SV är ett av Sveriges största studieförbund. Varje år engagerar SV omkring 225 000 människor i bland annat 53 000 studiecirkel.

BLI PROFFS PÅ PROJEKT!

■ Projekt Proffs är arbetsnamnet på ett e-verktyg för finlandssvenska föreningar som vill förbättra sin kompetens att ansöka om, genomföra och utvärdera projekt. Projekt Proffs-verktyget utarbetas av **Päivi Korhonen** och **Maria Leppäkari** vid företaget SwayWay, och för tillfället utväljs ett antal pilotföreningar från Nyland, Åboland och Österbotten. Projektets pilotgrupper sammanträder ännu denna höst.

<http://swaywayltd.wordpress.com/kurser/>

STUDIECENTRALENS CIRKELKAFFE

■ En dos inspiration till din cirkel! Ungefär 120 cirkelledare har redan i år anmält en studie-cirkel till Studiecentralen. Alla som startar en studiecirkel och anmäler den till Svenska studiecentralen ännu denna höst får en påse av Studiecentralens cirkelkaffe. Och dessutom får man alltså allt det som en studie-cirkel ger: gemenskap, kunskap och inspiration!



ORGANISATIONS-KONFERENSEN

■ Förutom verksamhetsledare kommer även organisations ordförande att bjudas in till organisationskonferensen 2013. Konferensen ordnas den 8–9 mars 2013 i Tammerfors, alltså fredag till lördag, inte torsdag till fredag som det tidigare varit. Orsaken är att till konferensens andra dag bjuds förtroendevalda ordföranden in och på programmet finns då ordföranderollen. Temat för hela konferensen är nordiskt samarbete.

NYA ANSIKTEN

Har ni nya ansikten i er organisation som ni gärna informerar om? Kontakta Mentoras redaktionssekreterare.



ANN-SOFI BACKGREN är Svenska Studiecentralens vikarierande verksamhetsombud i Österbotten under **Anna-Karin Öhmans** moderskapsledighet. Ann-Sofi jobbar mångsidigt med de

finlandssvenska organisationerna och föreningarna i form av kurser, studiecirkel och föreläsningar.

Ann-Sofi Backgren är hemma från Korsnäs och har en brett österbottenskt och finlandssvenskt nätverk. Hon har bland annat jobbat på TE-centralen, Österbottens förbund och senast vid Vuxeninstitutet i Malax/Korsnäs med ett Grundtvig-projekt. Hon har även tidigare arbetat inom Svenska studiecentralen med ett Interreg IIIA-projekt. Hennes förtroendeuppdrag är talrika, både inom politiken och inom föreningsvärlden.



PASI HOLMBERG jobbar sedan oktober som projektledare på IT3 i Åboland. Till hans uppgifter hör att hålla kurser, besöka seminarier, ge support, hålla dejour och upprätthålla och

utveckla IT3:s hemsidor. Pasi Kan man kontakta i alla IT-relaterade frågor på numret 050-502 0732 eller genom att maila till pasi@fsu.fi.



FOTO: FREJ VUORI

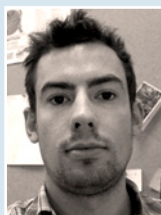
FÖRENINGSFESTIVALEN PÅ NYTT SÄTT NÄSTA HÖST

■ Hösten 2013 kommer det igen att ordnas en Föreningsfestival i Svenskfinland. Den planeras som bäst och kommer inte att följa samma mönster som tidigare år.

– Föreningsfestivalen kommer att ändras radikalt och blir ännu mer föreningsinriktad. Den kommer inte alls att vara likadan som tidigare år med två dagar då föreningsaktiva samlas på ett ställe, utan den kommer att ske ute på fältet, hos olika föreningar, berättar **Tomas Järvinen** som är ordförande för festivalföreningen.

– Vi vill att föreningsfestivalen kommer närmare gräsrotterna där föreningsaktiva finns. Med det nya koncept som planeras når vi många fler med det program vi erbjuder, säger **Mia Ahlroos**, kulturproducent på Svenska kulturfonden.

Föreningsfestivalen 2013 kommer troligen att ordnas i september. Föreningsfestivalen har ordnats sedan år 2005. Senaste gång var år 2011 och föreningsfestivalen hölls då i Åbo och temat var då integration, generation och jämställdhet – Förening för alla!



JONAS LEMBERG har jobbat som projektledare på IT3 i Nyland sedan september i år. Han har liknande uppgifter som Pasi sköter huvudsakligen om de förbund eller delar av förbund som

har sitt kontor här i Helsingfors. Jonas sitter på FSUs kansli i Helsingfors Jonas kan du kontakta på jonas@fsu.fi eller per telefon 050-502 1440.



GALLINA SANDÅS är ny verksamhetsledare för Svenska Österbottens Ungdomsförbund (SÖU). Gallina Sandås från Vasa tar över verksamhetsledarposten efter **Helena Höglund-Rusk**.

Ungdomarnas välmående och utvecklingen av föreningslivet är två av många viktiga hjärtefrågor som Gallina brinner för. Gallina Sandås

vill skapa ett förbund som är pålitligt och ligger i tiden. Hon säger att hon tror på verksamheten och på att föreningslivet kommer att bli mer och mer betydelsefullt i framtiden. Hennes mål är att föra SÖU och medlemsföreningarna ännu närmare varandra, stödja medlemsföreningarna genom olika aktiviteter och driva gemensamma frågor där det behövs.

FOTO: SOFIA NYGÅRD



Jag har nu flera år redan tänkt sluta som cirkelledare, men det är svårt att sluta då det är så intressant och många vill att vi forstätter. Det ger faktiskt väldigt mycket.

Helena Lassila i Cirkelrundturen. Helena leder cirkeln Nordisk och baltisk litteratur. Läs mer både om den cirkeln och andra studiecirkelar:

www.studiecentralen.fi/cirkelrundturen

Alf Rehn. Vem? Rehnlärlig alfahanne? Intellektuell clown? Nyliberal marxist? Thinkers 50-ekonomiguru? Åtminstone vartannat ord är sant. Möt Alf Rehn före, under och efter hans briljanta performance på Landsbygdsriksdagen i Korpoström i början av oktober.

Utmana din bekvämlighetszon

TEXT Björn Wallén | FOTO Pia Prost

■ Välkommen Alf, hur är läget?
– Det har varit lite körigt den sista tiden, resor och intervjuer med typ Helsingin Sanomat, måste inhibera ett uppträdande på Kåren igår kväll, och nu är dottern med här i Korpoström, måste vidare... Hur orkar du med allt flängande, twittrande och forskande?

– Äh, man tar platsen dit man kommer.

UTMANA ZONEN. Publiken på ungefär 150 personer tystnar och Alf tar platsen i besittning. Utan koncept, men med en klar agenda trollbinder han de närvarande, talar halvt teatraliskt, halvt magiskt i en och en halv timme. Om vad?

Rubriken för Landsbygdsriksdagens huvudföreläsare är Den innovativa byn. Förväntan dallrar i luften: vad har ÅA-professorn i företagsekonomi, innovationsexperten, att säga om ämnet? Inledningen tar alla på sängen:

– Jag vet ingenting om den innovativa byn, det vet ni! utropar Alf Rehn och sveper med sin magiska blick över den samlade skaran.

I stället kastar han en brasklapp till publiken:

– Varning för intellektuell regression under möten och seminarier typ det här. Det är livsfarligt att börja med att designa en bekvämlighetszon där vi håller på med att upprepa oss om det vi redan vet. Utmana zonen!

RIKTINGSLÖSA, OMÅTTLIGA FINLAND. *Suunnaton Suomi* heter Alf Rehns och **Risto E.J. Penttiläs** pinfärska pamflett som tillståndet i republiken Finland. Tvetydigt ord med tvenne betydelser, välj själv: riktninglös eller omåttlig. Boken är schizofrent indelad i tummen ner och tummen upp, med fem tydliga argument för det ena och för det andra synsättet.

Nu lägger Rehn in en högre växel:

– I Finland ryms bara en sanning åt gången. Man frågar sig: varifrån hittar vi det nya Nokia? Vi kunde lika väl fråga: Varifrån hittar vi den nya Kekkonen? Vi glömer att vi kan välja framtidsstigen själva, att se alla möjligheter, eller begränsa oss till en väg. Det gäller att skapa ny legitimitet för det farligt innovativa, inte att upprepa det som ingen ifrågasätter – Nokia, Angry Birds, närproducerad mat... Finsk politik består av ett konsensusstänk utan obehagliga frågor, detta kallas på engelska för *willful blindness*,

självvald blindhet. Se nu på frågan om den åldrande befolkningen, detta har vi vetat om och diskuterat sedan 1960-talet.

Rehn tycker att det helt saknas en debatt om vad en åldrande ekonomi innebär.

– Därför har jag lanserat begreppet *geri-ekonomi*. När jag pratat om detta med ett gäng unga entreprenörer, så var intresset för saken lika med noll. Det är mycket sexigare att fokusera på de senaste apparna och datorspelen. Ändå kostar till exempel Ipad-applikationer för Alzheimersjuka hur mycket som helst. Vi har svårt att se att innovationer och rynkor hör ihop, säger Alf Rehn.

IFRÅGASÄTT INNOVATIONSPRATET. Alf Rehn förklarar hur vi kan undvika den självvalda blindheten.

– Jo, genom att ifrågasätta de tolv vanligaste orden i strategier och visioner, till exempel innovation, kreativitet och excellens. De är en sorts postmodern poesi utan innehåll, ord som ständigt upprepas och aldrig ifrågasätts. Fråga i stället: Var finns blindpunkterna? Traumat? säger Rehn.


När det gäller rubriken för hans anförande, den innovativa byn, så hänvisar han till Sitra – Jubileumsfonden för Finlands själv-



Alf Rehn ifrågasätter ord som innovation och kreativitet, ord som enligt honom ständigt upprepas och aldrig ifrågasätts.

”

Bullshit-termen nummer ett är innovation, som är en glosa som används för redan existerande begrepp och rutiner.



► Björn Wallén träffade Alf Rehn under Landsbyggsriksdagen.

ståndighets rapport *Maamerkit*, som anger landmärken och nya typer av meningsfullhet i vårt behov av landsbygden.

– Se över ambitionsnivån: Finns det tillräckligt motsträviga projekt? Oftast är projektidéer sådana som redan passerat genom tröskverket – man talar om en projektekonomi som håller liv i projekten bara för att de skall hållas vid liv. Vi behöver en ironisk debatt som ifrågasätter trossatserna kring projekt. Bullshit-termen nummer ett är innovation, som är en glosa som används för redan existerande begrepp och rutiner, säger Rehn.

– Den innovativa byn borde hellre heta byn som gör något. Vad skapas det för möjligheter i byn, till exempel turismen skall rädda landsbygden över hela världen. Skapa nya begrepp och börja i stället med fjärrilssafari, så som man gjort i en by i norra Sverige med den påföljd att en massa brittiska turister vallfärdade dit. Vi är dåliga på att se det andra inte ser, säger Alf Rehn.

SÄKERHETEN ÄR DEN STORA FARAN. – En annan glosa som ofta används i projektsammanhang är *best practice*, som egentligen är synonymt med *shit that used to work*. Se på alla oss här i salen: vi representerar cir-

En annan glosa som ofta används i projektsammanhang är best practice, som egentligen är synonymt med shit that used to work.

”

ka 4000 år av erfarenhet, vilket är ett hot mot det riktigt innovativa. Den falska tryggheten eller säkerheten är den största faran. Vi måste göra oss av med de självklara glosorna, flosklerna som ser bara en väg, och börja se en framtid med många möjligheter. Provocera bort det riktninglösa, rikta dig mot det aningslösa. Ett bättre begrepp än innovation är fantasi. De som klarar sig är de som vågar vägra det redan prövade, avslutar Alf Rehn föreläsningen till rungan- de applåder.

I egenskap av diskussionsledare greppar jag mikrofonen och hinner knappt säga: ”Finns det några frå...?” innan Alf Rehn kastar sig över micken och utropar:

– Just såhär skall man inte avsluta ett föredrag, för då innesluts alla igen i den trygga bekvämlighetszonen!

Jag ser förvånad ut, rycker mikrofonen tillbaks och citerar poeten Gunnar Björling: ”Jag

är professor i lärd dumhet.” Nu är det Rehns tur att se förvånad ut. Ingen trygg zon här!

Efter föreläsningen sätter vi oss ner på en lugn plats och fortsätter med en mix av intervju och samtal. Jag frågar vad design betyder för Alf.

– Det florerar en plattityd och slogan som går ut på *Just add design*, vilket ju inte är sant. Design är inte ett tillägg, det ligger ett enormt arbete bakom olika designprodukter, som ju handlar om konstnärliga uttryck, säger Alf.

– Design har ju kommit att innebära så mycket mer än konst. Det finns otroliga förväntningar på design, som har blivit en sorts överlevnadsfaktor. Mervärdet med design ligger inte i själva tillverkningen, eftersom design även kan uttryckas i form av immateriella tjänster, till exempel livsstilsdesign. Livsstilsdesign är ett mycket välkommet fenomen, för vi skapar bättre tjänster i samhället på det viset. Det kan



◀ Landsbygdsriksdagen samlade 150 landsbygdsentusiaster från hela Svenskfinland i Korpo i oktober.

FOTO: KENNETH SUNDMAN

ändå finnas en risk att termen urlaskas och det blir mer intrikat och personifierat än spännande.

Design-begreppet används ju ofta i samband med kreativ ekonomi?

– I samband med WDC (World Design Capital) har man uppvisat en väldigt naiv tro på att WDC genererar ekonomisk tillväxt i stil med den i Kina. Man skall inte reducera begreppet kreativ ekonomi till att gälla enbart design. Design är enbart en parafra eller upprepning av kreativ ekonomi, som ju kan handla om helt andra saker, till exempel crazy-TV-serien Duudsons som är otroligt smarta och kända långt utanför Finlands gränser. De är en del av en kreativ kulturexport som ökar i ekonomisk betydelse.

RÄTTIGHET OCH FRIHET. Hur ser du på den globala diskussionen om immateriella rättigheter?

– Informationsflödet går inte att stoppa. Wikileaks och Julian Assange har skapat en frihetsrörelse som bara har börjat. Immateriella rättigheter kan ju innebära att jag behåller rättigheterna till de böcker jag skriver och publicerar själv. Utgångspunkten är vem som har kontrollen över rättigheterna. Vi har nu en generation som ser in-

formation som sin personliga rättighet. Jag kan personligen ladda ner hela Pirate Bay till min dator, om jag så vill.

Finanskrisen skapar väl ekonomi utanför finanssystemet, till exempel tidsbanker?

– Tidsbanker är en sorts modern byteshandel som förnyar fenomenet filantropi. Att byta tjänster frivilligt och oavlönat har blivit möjligt tack vare den tekniska utvecklingen. Sociala medier som fungerar som knutpunkter för tjänster ökar i framtiden, även om skattemyndigheterna kommer att försöka sätta käppar i hjulen. Det ser vi när man ordnar *Crowd Sourcing*, penninginsamling över webben, ett system som jag själv är en varm anhängare av.

Rehn anser att finanskrisen är en gigantisk utmaning för välfärdssamhället.

– Förut fanns det en välvillig brukspatron som hade statens roll genom att ta hand om närsamhället. Senare tog stat och kommun över den rollen. Idag pratar man om *Private-Public-Partnership* eftersom den offentliga sektorn inte längre kan försörja befolkningen

Rehn anser ändå att det trots det finns omåttliga möjligheter att tackla eurokrisen, vilket han också skriver om i den nya boken.

– För att ännu återknyta till rubriken i föredraget, den innovativa byn: man kunde omvandla nedlagda byskolor till servicehus för äldre på landsbygden. Det motsvarar ganska exakt den demografiska förändringen i landet. Och för att göra idén ännu mer farlig: bygg upp servicehus för äldre ryska medborgare som kommer från St Petersburgområdet. Här finns stora pengar att tjäna.

Alf Rehn ser inte alls lika sliten och smått stressad ut som han gjorde när vi träffades. Vi fortsätter att byta åsikter om obskyra marxistiska antropologer som vi båda läst. Jag tackar honom för det intensiva samtalet och tänker att vi behöver fler som inte bara tänker, utan rör sig utanför den trånga boxen Finland.

FAKTA

ALF REHN

■ Professor i företagets organisation och ledning, Åbo Akademi. Författare till en rad böcker, föreläsare som valdes till Årets Talare i Finland 2010, och med på listan över top 50-busnesstänkare i världen 2009.

www.alfrehn.com

En mörkgrå golvyta breder ut sig på kontoret vid Förbundet Finlands Svenska Synskadade. Den är inte planerad för att vara visuellt vacker utan den har en viss struktur och dämpning med tanke på hörseln och känslan. Att skapa en byggnad för synskadade ger annorlunda utmaningar.

Designen som inte syns

TEXT OCH FOTO | Robin Sjöstrand, tf chefredaktör på Finlands Synskadade

■ Synsinnet är odiskutabelt det viktigaste sinnet inom design. Men vad händer när du inte skapar arkitektur och inredning för de som ser, utan för dem som använder andra sinnen för att uppleva miljön omkring sig?

När du tar bort synen är de två viktigaste sinnena för orientering känslan och hörseln. Det är också där arkitekturen för synskadade tar sin början. Hus byggda på vanligt sätt kan erbjuda stora brister på just de här punkterna och därför måste planeringen för en byggnad som ska anpassas för synskadade börja i ett tidigt skede.

– I Finlands Svenska Synskadades (FSS) tidigare utrymmen ramlade akustiken över en i korridorerna. Många blinda kunde rygga tillbaka inför den ljudbild som fanns där, berättar **Hans Åhman** om en av orsakerna till varför det nya kontoret började byggas.

Åhman fungerade som byggkommitténs ordförande under projektet att bygga upp kvarteret Sesam där FSS kontor Synvillan ingår. Innan byggprojektet satt han som styrelsemedlem i förbundet. Det innebar att han visste vilka utmaningar som väntade när projektet drog igång.

Med sig hade Åhman bland annat arkitekten **Stefan Ahlman**, som tidigare

bland annat designat Folkhälsans hus Majblomman, och han tog sig an projektet med stor entusiasm. Det speciella med kvarteret Sesam är att halva kvarteret är tillgängligt, det vill säga anpassat för synskadade och personer med funktionshinder.

– Ahlman är en arkitekt som är lätt att jobba med. Han jobbar med hjärtat och det är bra. Målet med det här projektet var att göra det bättre än Synskadades Centralförbunds lokaler, säger Åhman.

Med i planeringen fanns förutom FSS också Svenska skolan för synskadade, Folkhälsan, Helsingfors stad och OP Eläkekeskus, som alla har delar i kvarteret i dag. Bland annat finns ett dagis och en förskola på platsen.

TILLGÄNGLIGT FRÅN SPÅRVAGNEN. En av sakerna som planeringsgruppen, som bestod av både amatörer och sakkunniga, var tvungna att fundera på var omgivningarna. Synvillan är tack vare det tillgängligt ända från spårvagnshållplatsen.

– Vägen till Synvillan från hållplatsen består av fem eller sex olika sorters stenläggning. Det blev inte dyrare för oss att göra så här, men för en synskadad kan olika sten-

läggning ge en hel del information som seende inte tänker på, säger Åhman.

Det räcker med att bara slänga en blick ut genom fönstret från Synvillan för att förstå vad han menar. Asfalt är förstås den vanligaste beläggningen, men i korsningar finns gråstenar tätt radade. På andra ställen finns rödsten, med lite annan struktur. Utanför ingången finns en "ränna" av stenplattor som leder den vita kappen rakt till dörren. Olika material för olika funktioner. Allt för att en synskadad med vit käpp ska kunna röra sig hinderfritt.

ALLA ÄR INTE BLINDA. Det är inte bara blinda som ska röra sig på Synvillan. En stor del av medlemmarna har kvar en del av sin syn trots olika grader av synskador. Vissa är känsliga för ljus, andra ser inte färger, en del ser väldigt suddigt – allt beroende på den sjukdom personen är drabbad av.

Det här är något som man måste ta i beaktande när man planerar en byggnad för som ska användas av dem. Kontraster är viktigt för dem som bara kan urskilja vaga detaljer med sin syn. För att skilja rummen från varandra i Synvillan används mörka och ljusa golvytor. Ett annat exempel är eluttagen och lampknapparna i väggarna



Hans Åhman fungerade som byggkommitténs ordförande när Synvillan byggdes. Runt honom syns exempel på hur arkitekten använt kontraster för att förstärka omgivningen. Golven i de två rummen har olika färg, lampknappen och vägguttaget omges av en svart ram och ramen till skjutdörren är också den mörk.

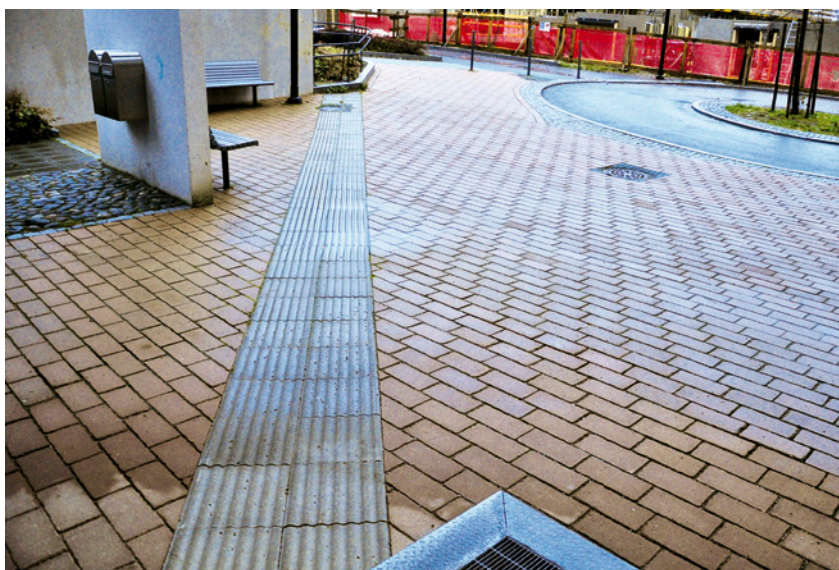


▲ I trappan upp till Svenska skolan för synskadade har man också tagit kontraster i åtanke. Den mörkblå ledstången står i klar kontrast till den vita väggen, medan gula streck i trappan märker ut var nästa trappsteg börjar.

► Belysning kan vara väldigt viktigt för synskadade. I Synvillan är lysrören specialbeställda för sitt mjuka sken.



► Vid ingången till FSS kan flera sorters stenläggning hittas. I rondellen finns asfalt, runt den små gråa stenar. På den säkra gårdsplanen finns de röda, lite större tegelstenarna, medan kullerstenen visar var det finns tak. Plattorna längst bort till vänster leder till garaget. Dessutom finns en "ränna" som hjälper synskadade med vit kapp att hitta till dörren.



som har svarta ramar – specialbeställda från Tyskland.

– Men också belysningen är viktig. Den här ljussättningen förde oss 250 000 euro över budget, men den fungerar utomordentligt, säger Åhman och nickar mot lamporna i taket – lysrör som ger en jämn belysning utan det bländande ljus som är så irriterande för många synskadade.

Golven inne på kontoret består av ett korkmaterial som gör att mötande steg hörs, men som hindrar ett skrämmande eko. Det här är ett bra exempel på att lindra ljudbilden i ett rum och att inreda med hörseln i beaktande. Ute i aulan är det ett billigare stengolv som gäller, och där är akustiken mycket riktigt mera ekande.

DÖRRAR PÅ GLID. När Synvillan stod färdig hösten 2009 kretsade största delen av diskussionen kring dörrarna. För att undvika halvöppna dörrar som kan vara farliga för någon som inte ser, använde sig nämligen arkitekten Stefan Ahlman skjutdörrar av grumligt glas i samtliga dörröppningar förutom till toaletterna. Dör-

rarna ansågs vara tungöppnade av personalen och besökare. Problemet har ändå försvunnit med åren.

– Som det är nu fungerar dörrarna fint och jag har inte hört några klagomål på länge. Ahlman hade använt dem tidigare och visste vad han gjorde, säger Åhman.

Som helhet är hela Synvillan, och dessutom Svenska skolan för synskadade som ligger ovanför, utmärkta exempel på hur man måste tänka på design när man jobbar med synskadade. Det behöver heller inte vara ett center utformat speciellt för synskadade och blinda för att man ska kunna anpassa utrymmen för synskadade besökare.

Förbundet Finlands Svenska Synskadade hjälper gärna till i frågor kring tillgänglighet och det räcker oftast med det lilla för att det ska räcka långt. Ofta innebär det inte ens någon extra kostnad. Att få igång en diskussion med de berörda är det viktigaste.

– Det är bra om man skapar en positiv atmosfär för handikappade och deras behov. Man ska inte genast börja prata om pengar utan lyssna först, säger Åhman.

FAKTA

ATT INREDA FÖR SYNSKADADE

■ Hur kan man navigera utan synen? Testa att slut ögonen och se om du kan hitta saker som hjälper dig runt i utrymmet.

■ Undvik vassa kanter och farliga utbuktningar i väggarna. Förutsägbart är kanske tråkigt, men i det här fallet alldeles korrekt, då dina besökare inte vill skada sig i din lokal.

■ Kontraster, kontraster, kontraster. Svart på vitt, gult på svart. Använd inte färger som ligger nära varandra i ton bredvid varandra.

■ Tala med dem som du jobbar för och lyssna på deras behov. Då får du bäst förhållningslinjer.

Känns organisationens logo hopplöst omodern? Besinna dig innan du sätter dig framför datorn och börjar experimentera, eller ringer den bekanta grafikern. Det finns många horribla, misslyckade logon – så ta en funderare först.

Hur få en ny, snygg logo?

TEXT | Rabbe Sandelin, redaktör, Svenska folkskolans vänner

Ställ dig först frågan varför arbetet inleds. Är bytet tänkt att hänga ihop med ett jubileum, en organisationsförändring eller annan förnyelse, eller är man bara trött på den gamla "loggan"? Är tröttheten utbredd, eller är det bara ledningen som vill ha en ny? Vad tycker fältet? Har vi råd med det? Det är inte bara grafikern som kostar, det kommer även kostnader för bland annat kuvert, prylar och trycksaker.

LOGOTYP OCH MÄRKE. Tankearbetet underlättas också av att man reder ut begreppen. Idag säger man "logo" även när man menar kombinationen av logotyp (organisationens namn i ett visst typsnitt) och en symbol eller ett firmamärke. Men se helst på logotypen och märket separat. Vilket är man trött på: det nuvarande märket, eller logotypen? Finns det ett etablerat märke, som ännu kan användas (eller kan man gräva fram ett gammalt märke som glömts bort)? Behöver organisationen överhuvudtaget ett märke – eller räcker det med en snygg logotyp?

Syftet med att ta en ordentlig funderare är att kunna skriva ihop en bra beställning till den som man ber rita förslaget till ny logo. I

uppdraget och i förhandlingarna med grafikern behövs förstås även en grundlig beskrivning av organisationens historia, vad den sysslar med, vart den vill sträva i framtiden och hur kunderna ser ut.

BESTÄLL INTE EN "MODERN" LOGO. Det lönar sig inte att beställa en "modern" logo. Grafikerna ritar nog gärna sådana, baserade på de typsnitt och de färger som just detta år är i ropet. De kan kännas fräscha en tid, men de blir mycket fort omoderna. Hurudan bild ger man av sig själv om man byter logo vart femte år? I stället för en modern logo skall du alltså beställa en tidlös logo.

Det finns massvis med goda exempel på tidlösa logon. Coca-Colas logotyp ritades av bokförelaren **Frank Robinson** 1885. IBM:s logo ritades av **Paul Rand** år 1956. Stockmanns logo och märke ritades av **Harri Ripatti** på Stockmans reklamavdelning 1963. Är logon riktigt lyckad och tidlös, finns det egentligen ingen större orsak att byta den. En logo som blir långvarig har också den fördelen att den småningom blir direkt igenkännbar – man behöver bara se en glimt av den så vet man vad det är fråga om.

TÄNK PÅ FÄRGERNA. Då grafikern levererar sitt första förslag finns det i tillägg till det ovannämnda många andra saker du skall kontrollera. Vem som helst som sitter och plitar vid en dator kan idag kalla sig grafiker, men en sak som skiljer agnarna från vetet är kunskapen i tryckteknik. En logo skall i något skede tryckas på olika material, och det är en stor skillnad på vad man kan åstadkomma på skärmen (och färgskrivaren) eller till exempel i en dagstidning. Det som lyser och sprakar av färger på skärmen kan i tidningen reduceras till suddig fläck, speciellt om trycket sker i liten storlek.

En lösning kan förstås vara en grafiker som levererar ett enklare, enfärgat logoförslag. Men problemet är att denna färg ofta kommer från en färgkarta (till exempel Pantone PMS). Det är visserligen enda sättet att vara exakt då man söker en kulör, men vill du trycka en sådan logo "rätt" skall du varje gång betala för en femte tryckfärg, i tillägg till de fyra (cyan, magenta, gult, svart) som man blandar i raster för att skapa färgspektret i fyrfärgstryck. Och konverterar grafikern rakt av denna helfärg till fyrfärgsmotsvarigheten, så är vi tillbaka i ruta ett

”

Undvik framför allt symboler som bara förstås av ett fåtal, eller som enbart öppnar sig för dem som jobbar i organisationen.

◀ När det blir rätt, så blir det rätt. Tidlösa logon som knappast någonsin behöver förnyas: IBM, Stockmann och Coca-Cola.

▶ För att göra finurliga logon krävs mycket av grafikern. Families och Marriage (Herb Lubalin), Yoga Australia (Roy Smith), Bird (Peter Vasvari), Backspace (Joe Prince), Helium (Chris Adams). På nätet hittar man även många misslyckade exempel.



**Svenska folkskolans
vänner**



**Svenska folkskolans
vänner**



▲ SFV:s logo förnyades 2012. Den gamla från 1995 var på sin tid modern, men kändes i mitten av 2000-talet daterad. Den nya, som skapades av OS/G Ezra, är mer tidlös, och den rundare formen underlättar också användningen, både i trycksaker, på webben och på prylar. Samtidigt finns ett fullgott svartvitt alternativ att användas i litet format, eller då det inte går att trycka i färg.

FAKTA

RÅD OCH TIPS

■ Om du behöver råd gällande etiska regler inom den grafiska branschen, tips om hur ett bra avtal ser ut eller hjälp med att hitta en professionell grafiker eller illustratör finns det exempel här:

■ Föreningen för visuella formgivare

www.grafia.fi

■ Finlands Journalistförbund

<https://journalistiliitto-fi.directo.fi/>
www.freet.fi/

■ Illustratörerna i Finland r.f.

<http://kuvittajat.fi/>

– blandningen av raster är nästan lika utmanande att trycka snyggt och skarpt (speciellt i dagstidningar) som en logo i regnbågens alla färger.

Är förslaget färggrant så se alltså till att det också finns ett fullgott alternativ i svartvitt. Den enklare svartvita versionen skall helst fungera även mot en svagt färgad bakgrund, eller i negativ version mot en mörk bakgrund.

Logos form är också viktig. I ett förslag i A4-storlek ser det mesta riktigt snitsigt ut. Men om organisationens namn är läsligt bara i den storleken blir det problem då den skall förminskas. Mycket breda eller höga logon är också svåra att klämma in på begränsat utrymme där de skall samsas med annat viktigt innehåll. Be därför om exempel på användning i annonser, i brev, på webben och i broschyrer.

MÄRKETS SYMBOLIK. Om det till grafikerns uppdrag har hört att rita ett nytt märke, eller en ny symbol för organisationen, skall man också vara noga. Symboler är nämligen viktiga, och det kan gå ordentligt åt skogen. Gå inte heller på enkla knep: den "framåtsträvande" organisationen symboliseras av pilar som pekar uppåt, den "ungdomliga, fartfyllda" organisationen har en swoosh a la Nike, den "trygga" organisationen har en

pedestal under namnet etc. Färgdiskussionen gäller även här; alla färger har också symboliska värden och underförstådda meningar.

Undvik framför allt symboler som bara förstås av ett fåtal, eller som enbart öppnar sig för dem som jobbar i organisationen. Framför allt: Om du inte förstår symboliken direkt, utan det behövs en lång utläggning av grafikern, så är det inte längre fråga om en symbol utan något helt annat.

Idag är det också populärt att symbiotiskt kombinera logotypen (texten) med symbolen så att något "nytt", eller något mycket beskrivande för organisationen/företaget uppstår. I bästa fall blir de här logorna riktigt roliga och bra, men det är ganska få grafiker som behärskar konsten. Och alltför uppenbara kopplingar blir bara platta.

I vilket fall som helst kan det löna sig att visa det nya logoförslaget till en lite större krets än bara till den egna ledningsgruppen, och helst till personer som du vet att har en stor allmänbildning. De kan ofta genast peka på om något sitter illa eller känns fel.

Framför allt: krångla inte till det i onödan (det här tipset går även till grafikerna). Tänk på Facebooks logo: Ett ord, vitt på blått, i ett handritat typsnitt. Svårare än så behöver det inte vara.

Älskad eller hatad logo?

En del syns ofta och andra nästan aldrig. Vissa känner man igen genast och vissa märker man inte ens. En del blir man glad av och andra stör man sig på. Det är inte alltid lätt med föreningars och organisationers logor, men alla har en. Tre av våra medlemsorganisationer berättar om sin logo.

1. Berätta om er logo?
2. Hur tog ni fram er logo?
3. Fungerar er logo bra?



Petra Qvist-Hämäläinen
kvinnopolitisk sekreterare
FOTO: CATA PORTIN

SVENSKA KVINNOFÖRBUNDET RF

1 Svenska Kvinnoförbundets logo förnyades år 2010. Vi ville ha en logo som är snygg och fräsch och som syns bra även i tidningsannonser. I vår förra logo fanns förbundets namn under själva logon, vilket var problematiskt i tryck. I den nya logon är förbundets namn en del av bilden, vilket har fungerat bra. Logon är en abstrakt bild som har drag av det internationella tecknet

för kvinna. Logon har även uppfattats likna en blomma eller en dansande flicka.

2 Vår grafiker Maria Kvickström arbetade fram olika förslag till ny logo som arbetsutskottet och förbundsstyrelsen fick ta ställning till. Vi önskade att den nya logon skulle vara mer lättanvändlig än den förra och att den traditionella kvin-

norörelsens färg lila skulle finnas med.

3 Vi har varit mycket nöjda med vår logo. Den är lätt att använda både i tryck och på webben, den väcker positiva känslor och ser pigg och modern ut. Även när logon är i litet format är det lätt att förknippa den med ett förbund som arbetar med kvinnosaksfrågor och jämställdhet.



Camilla Höglund
tf distrikts- och informationsansvarig

FÖRBUNDET FINLANDS SVENSKA SYNSKADADE RF

1 Vår logo är splitterny. Den togs i bruk i september 2012. Den har formen av ett öga, eftersom vi jobbar för synskadade. Inuti ögat står det FSS i punktskrift, som är de synskadades eget läs- och skrivspråk.

2 Vi utlyste en logotävling, förut-

om i våra egna medier (medlems-tidningar och sociala medier) så skickade vi ut tävlingsinbjudan till de flesta skolor som har linjer för grafisk design, bildkonst eller medieteknik. Bidragen rullade in och vi hade flera utmärkta logoförslag att välja mellan. Vinnaren har

vi sedan anlitat för att skapa hela vår nya grafiska profil.

3 Vi har hittills fått enbart positiv respons på vår logo. Logon är enkel, visuellt snygg och tydlig, och vi är alla jättenöjda med resultatet!



Mia Wikström
informatör

SVENSKA LANTBRUKSPRODUCENTERNAS CENTRALFÖRBUND SLC RF

1 SLC:s logo har utvecklats åren 1955–1957. Kedjan runt logon symboliserar gemenskap, styrka och sammanhållning, eftersom jordbrukarkåren under den första halvan av 1900-talet var särskilt mån om att samla sig och kämpa för sina gemensamma frågor. Ården, det historiska plöjningsredskapet i mitten, användes innan plogen uppfanns och symboliserar jordbruksnäringen. Den gröna färgen har all-

tid stått jordbruket nära och är ett naturligt färgval för SLC. Ursprungligen användes bara det runda märket, men numera används den nästan uteslutande alltid tillsammans med namnet.

2 SLC:s logo, som togs fram som ett medlemsmärke av en skild märkeskommitté, bygger på den finskspråkiga systerorganisationens MTK:s märke, som också tidigare var en plog.

Märkeskommittén övervägde nog hurdan årder märket skulle ha.

3 Logon har varit viktig för medlemskåren och symboliken kring den är fortfarande aktuell. Det torde aldrig, så vitt jag vet, ha funnits avsikt att ändra den. Fonten som vårt namn är skrivet med i anslutning till logon har däremot ändrats flere gånger under åren i samband med andra grafiska förändringar, senast år 2011.



Lajfstajldesign, vad är det? Här kommer en hemmagjord definition: livsstilsdesign uppstår i den kreativa spänningen mellan poler. Behovet av att synliggöra sin PP, sin Privata Personlighet offentligt och kollektivt. Den kreativa spänningen mellan yta och djup, form och funktion. Oändligt behov av självförverkligande och bekräftelse: se mig!

Designa ditt liv

– en betraktelse om tid, yta och djup

TEXT OCH FOTO | Björn Wallén

Dagens Nyheter (DN) hade i somras en intressant artikel om tidsanvändningen i sekundstatusens tidevarv. En paradox: intresset för lååångsam livstil har blivit rocket science, samtidigt som de nervösa statusuppdateringarna också gjort det. "...tack vare att din tillvaro hela tiden genomborras av Facebookuppdateringar från vänner som tränar yoga, fjällvandrar, lagar tjälknöl och läser **Jonathan Franzen**-romaner stora som cornflakespaket har du börjat misstänka att det vi gör på vår lediga tid är något som laddats med status." (DN 17.6.2012)

DN fortsätter med att intervjua några experter om tidsandan och -användningen. **Sverker Sörlin** påpekar att tiden har blivit en klassmarkör, och att Facebook har blivit det ultimata mediet för självbildning, men också självcensur.

Hans-Erik Olsson, fritidsvetaren som har figurerat i Mentora i ett tidigare nummer (2/2008), säger några kloka ord om



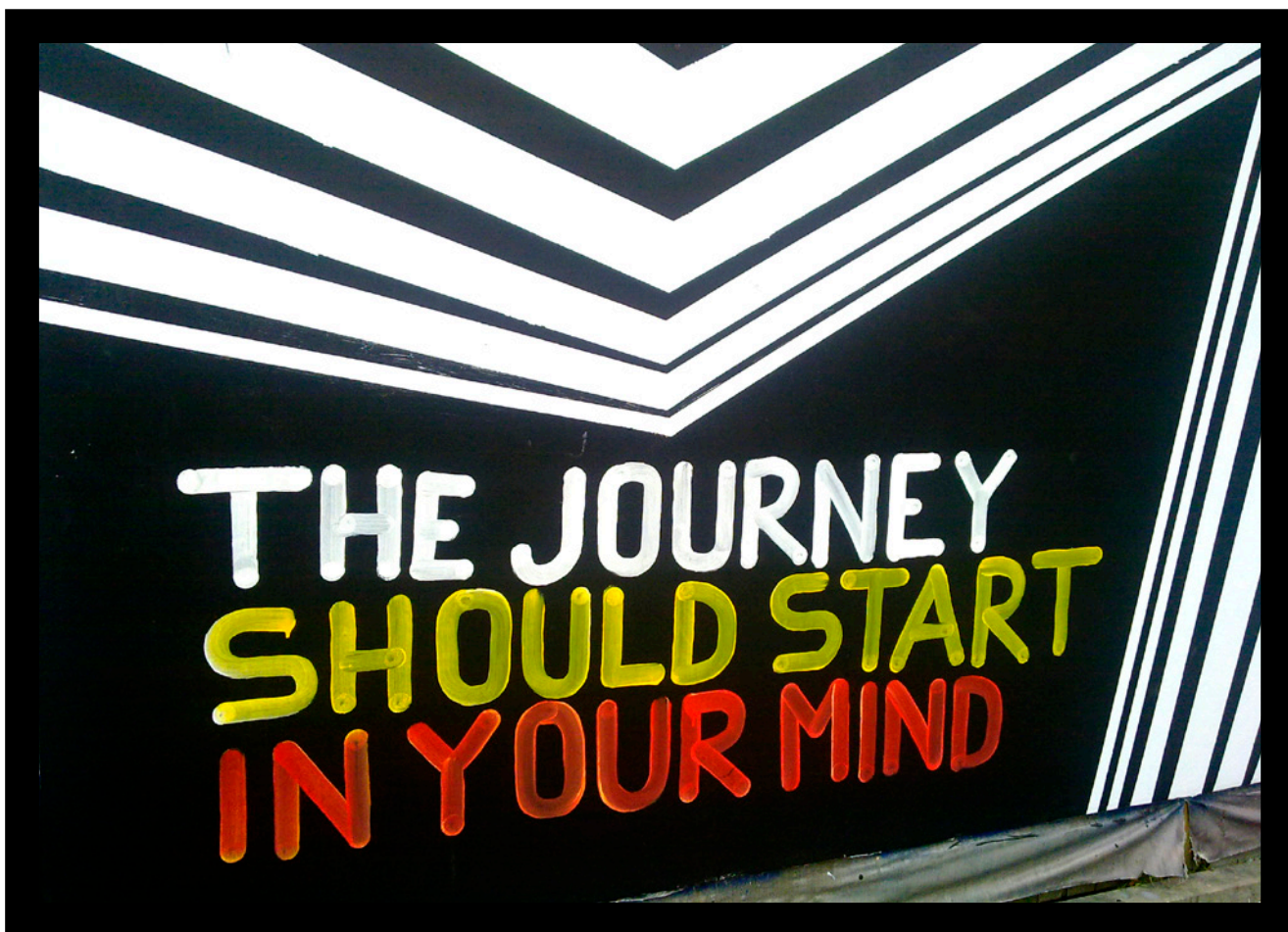
fritid: "... poängen med en fritidsaktivitet är att vi äger den tiden. Sitter du och tittar på ungarnas fotbollsträning för att vara en god förälder handlar det inte om fritid. Det är relationell tvångstid."

BEFRIA FRITIDEN. Fritid som relationell tvångstid, hm. Hur mycket av det ideella föreningsengagemanget på fritiden har blivit dyligt? Jag associerar till reklamen för Tallinresan, som presenteras i form av en sorts eskapism från de sociala relationerna: Ta semester från semestern.

Går det att ta semester från sina sociala band, men samtidigt vara ständigt uppkopplad? Individualismens sociala frihet har skapat nya tvång, nya (självpåtagna) sociala koder och konventioner. Vi vill vara oberoende, men är samtidigt så oändligt beroende av uppmärksamhet.

Om fritid och arbetstid inte längre existerar som obrutna helheter under dygnet, utan i stället flyter in i varandra i någon sorts kontinuerlig multitasking, då blir det svårt att vara närvarande. Inte konstigt att medveten närvaro – *mindfulness* – är så i ropet just nu.

Jag har en egen psykosociologisk definition på dilemmat med tiden: realtidshybris (hybris betyder övermod, förhävelse). Bodil Jönsson har ett annat namn för detta fenomen: o-tid, alltså den asynkrona tiden som invaderar våra medvetanden med sina krav på samtidighet. Om vi blir medvetna om o-tidens nya tvångströja, kan vi åtminstone sträva till att medvetet göra en



▲ Gatukonst i Berlin.
◀ Guggenheims wow-arkitektur.

sak i taget. Vända övermod till saktmod, för att använda en gammal svensk term (saktmodig betyder foglig, ödmjuk, fridsam, lugn, tålig).

UPPDATERAD MÄNNISKOSYN? Sekundstatus versus saktmod, två poler i min livsstilsdesign. Var står jag själv, just nu? Måste bekänna att sekundstatusen vinner med 6-0. Jag vill att alla skall notera den senast sända e-posten, tanken, uppdateringen eller bilden på bloggen. Slänger iväg e-post än hit, än dit, hoppar under dagen mellan 50 000 tankar – så många lär det ska rymmas under en dag.

Går det att uppdatera sin tankevärld och livsstil? Svaret är en del av diagnos realtid eller 24/7. Vad är det som skall uppdateras? Den senaste trendhysterin inom

mat, mode och miljö? Mina resor i tid och rum? Min livsåskådning, syn på mig själv och medmänniskan? Yta och djup lever i ständig spänning.

Det är lätt att vara ironisk över Facebook när man själv inte är där. Själv bloggar jag, är på Twitter, LinkedIn och liknande sociala medier, och är därmed likafullt en del av realtidshybris. Jag söker den optimala balansen mellan information och kunskap, som i bästa fall förädlas: avsikt, åsikt, insikt. Parallellt med den sociala bilden pågår en ständig självbildning, en utveckling – hellre än att kalla det en uppdatering – av självbilden. Yta och djup.

RESA TILL DESIGNENS MECKA Att resa, både bildligt och bokstavligt, är en viktig del i att bilda sig själv. Alltså styr jag stegen till

”

Vi vill vara oberoende, men är samtidigt så oändligt beroende av uppmärksamhet.



▲ Spiralgångar i Guggenheimmuseet i New York.

▼ Den aktuella utställningen på museet



”

I allt jag möter, kan jag välja synvinkel, attityd, förhållningssätt och så präglar min egen, helt unika stil och livsstil.

designens Mecka: New York. Guggenheim. MoMA (The Museum of Modern Art). Sky-skraporna på Manhattan. Här följer några reflektioner.

Guggenheim, i Helsingfors en hägring, i NYC en fägring, i form av wow-arkitektur. Det är lång kö vid ingången, förbi en kiosk som bjuder ut den mest kända designprodukten från Amerika vid sidan av Coca Cola-flaskan: hamburgaren!

Man rör sig spirallikt längs ett stigande/sluttande golv från våning till våning. Det är strikt förbjudet att fotografera, utom från bottenplan. John Chamberlains utställning Choices står på paradplats på de olika våningarna. Det speciella med Chamberlain är hans användning av metallskrot från bilar från 1970-talet framåt, en sorts trash metal-design som tilltalar ögat men kanske inte hjärtat.

Guggenheim befolkas av skolbarn i alla åldrar, där barnen sitter i en ring på golvet runt en konstpedagog som involverar barnen som får se, rita, artikulera konst. Studiecirkel i bild och ord – inte konstgjord, men gjord konst...

DESIGN FÖR LIVET. Skönheten finns i betraktarens öga, heter det. Min egen definition på design utgår från en annan relation, den mellan yta och djup. I allt jag möter, kan jag välja synvinkel, attityd, förhållningssätt och så präglar min egen, helt unika stil och livsstil. Design för livet är att forma varje dag till ett konstverk, det som i kinesisk filosofi kallas för *wen* – formens och linjens skönhet inte bara på ytan, utan i djupet av allt skapande som växer i sin självklart enkla, överraskande komplexa gestaltning.

**Ann-Sofi Backgren**Svenska studieccentralen
t.f. verksamhetsombud i Österbotten

FOTO: MARI PENNANEN

År 2013

– Medborgarnas år

Den 23 oktober 2012 fastslog Europaparlamentet att år 2013 utses till Europaåret för medborgarna. Tanken är att göra EU-medborgarna medvetna om sina rättigheter inom unionen, både vad gäller arbete, studier och boende inom unionen.

Det var år 1995 som Finland blev EU-medlem, mitt under en pågående EU-period och för snart 20 år sedan. Många är de finlandssvenska organisationer och föreningar som deltagit i olika EU-projekt under årens lopp. EU-medel har medfört finansiering till utveckling av idéer i olika former men samtidigt har EU-byråkratin stigit in i vardagen hos många. Det finns de organisationer som är inne på tredje generationens EU-projekt och det finns nybörjare.

Ser vi tillbaka så har man jobbat lokalt, till exempel på en byanivå, regionalt, finlandssvenskt eller deltagit i nationella projekt. Det finns även de som tagit ännu ett steg och jobbat internationellt.

Inom EU genomförs utvecklingsstrategier inom en sjuårsperiod. Detta betyder att år 2013 är det sista året i pågående programperiod (2007–2013). Förberedelserna inför nästa EU-programperiod år 2014–2020 är i full gång. För de finlandssvenska organisationerna och föreningarna gäller det att hänga med, om man vill komma i åtnjutande av extern EU-finansiering. Sju år är trots allt en rätt lång tidsperiod. Samtidigt vet säkert flera att det inte är särdeles lätt att jobba med EU-projekt. Projekten tenderar att bli större och kraven på såväl projektägare som genomförare tenderar att öka. Att utbilda sig i projektkunskaper och att utveckla en finlandssvensk spetskompetens till denna del kan vara en god framtidsinvestering.

Den första snön har fallit och det nya året står snart inför dörren. Verksamhetsplaner skrivs inför år 2013. Den tredje sektorn i den form vi har i Finland och i Norden, är en unik företeelse i ett europeiskt sammanhang. Ta vara på chansen att lyfta fram er verksamhet, marknadsför er under temaåret och kanske hitta på mindre eller större projekt, i temaårets anda. Att lyfta fram det finlandssvenska civilsamhället med det medborgerliga perspektivet och engagemanget, vinner vi alla på i förlängningen.

Förtroendet för EU och eurokrisen har påverkat medborgarnas attityder den senaste tiden. Det är kanske ett strategiskt viktigt och medvetet val från EU att lyfta fram just medborgarnas betydelse år 2013. Låt oss därför ta till oss år 2013 – medborgarnas år.

Jag ser också framemot att få samarbeta med er under kommande verksamhetsår.



Efter tolv år som fullmäktige-ordförande och över 20 år som kommunalt förtroendevald i Korsnäs, kommer jag snart att avsluta mina kommunala uppdrag. Ett nytt blad vänds i mitt liv. Spännande.



Medger att jag nog kommer att sakna det kommunala engagemanget, människorna, samarbetspartnerna. Det blir nästan en livsstil att vara samhällsengagerad. Allt har sin tid.

Ännu på 1980-talet kunde hantverk användas som försäljningsargument, men numera är det formgivningen som styr. Hantverk och handarbete handlar mer om den egna njutningen än om att kunna leva på det. Åbolands hantverk arbetar för finländskt hantverk i Åboland och verksamhetsledare Eliisa Riikonen svarar här på frågor om design och hantverk.

Hantverk och design



Vad är Åbolands hantverk och Gullkrona?

Det är två skilda saker. Åbolands hantverk är en förening vars uppgift är att främja hantverkets betydelse inom kultur, kunskande och näring. Föreningen ordnar utställningar, arrangerar olika kulturprojekt, bland annat Konstrundan, ger grundläggande konstundervisning inom handarbete och ordnar handarbetskurser för vuxna. Föreningen erbjuder också allmänheten möjlighet att väva i hantverkscentren i Kimito och Pargas. Fören-

ingen hjälper hantverksföretagare genom att ordna olika försäljningstillfällen och att sälja deras produkter via Gullkrona-butiken.

Åbolands hantverk är medlem i den landsomfattande organisationen Förbundet för hemslöjd och konsthantverk Taito som får statsbidrag. Taito delar i sin tur ut bidrag till sina medlemmar. Tyvärr har statsbidraget idag minskat väsentligt. Åbolands hantverk rf och de övriga hantverksföreningarna i Svenskfinland är idag helt beroende av de finlandssvenska fonderna för sin överlevnad.

Gullkrona är ett aktiebolag, OY Gullkrona AB, som har till uppgift att sälja inhemska hantverks- och konstindustriella produkter samt ta fram produkter som är typiska för Åboland. Aktiebolaget har butiker i Åbo och Pargas.

Vad har du för arbetsuppgifter?

Som föreningens verksamhetsledare och samtidigt vd för aktiebolaget skall jag se till att föreningsverksamheten fungerar och att föreningsmedlemmarna får utöva och får stöd i sitt hantverk. Jag ska också främja

kunskap i bland annat kultur och näringsfrågor. Jag sköter allt utom bokföringen. I en liten förening där verksamhetsledaren är den enda anställda som har heltidsanställning måste verksamhetsledaren kunna nästan allt och föreningens små ekonomiska resurser ger inte möjlighet att köpa utomstående tjänster i stor skala eller att till exempel anställa en vikarie om någon anställd blir sjuk. Min arbetsdag kan innehålla städning, kundbetjäning, undervisning, grafisk design, marknadsföring, utställningsarbete, produktplanering, kontorsarbete, arbetsledning, dekorerings...

Hur ser du på hantverk jämfört med elitdesign?

Tidigare behövdes hantverkskunnandet i det vanliga livet. Det var en uppskattad konst och färdighet och nästan nödvändigt för en att kunna. Då använde man i större skala hantverkare för att få nya kläder åt sig själv eller för att inreda sitt hem. Arbetet i Finland var inte så dyrt då. Så småningom blev hantverket en hobby. En "amatör" kan vara duktigt hantverkare, men hantverksprocesserna är oftast långsamma och då är



det enklare att ge sig själv glädje och välfärd genom att handarbete än att livsnära sig på det. Ännu på 1980-talet var hantverk ett värde som kunde användas som försäljningsargument. Idag måste en produkt, som är tillverkad i Finland, vara speciell för att locka kunden att betala högre pris, eftersom produkter för samma ändamål produceras billigare i länder som har förmånligare produktionskostnader.

Bra formgivning åt alla är ett sätt för företagen att säkra tillräckligt många kunder som är villiga att betala för produkten. Jag tycker inte om begreppet elitdesign i betydelsen design för eliten för jag anser att design eller bra formgivning görs för att hålla företagsverksamheten och fabriken i gång. För att täcka företagets alla kostnader och hämta vinst för utveckling måste man ha serieproduktion. För att sälja den mängden som företaget producerar behövs effektiv marknadsföring. Designföretag vill bygga ett bränd som ger bättre möjligheter att även senare få kunderna att köpa deras produkter. Återförsäljarna måste också täcka sina kostnader. Vi lever ju i marknadsekonomin.

Kan du ge något exempel på bra formgivning?

Ett exempel är **Fritz Hansen** i Danmark och **Jacobsens Egg-stol**. Möbeltillverkningen är i stort sätt hantverk och Fritz Hansens produktion design. Vem som köper en stol för ca 5000 euro beror på många olika saker. Den viktigaste frågan är ändå hur mycket du tycker om den och hur du vill använda dina pengar. Åker familjen utomlands eller köper du en stol, som håller sitt värde?

Utesluter begreppen varandra?

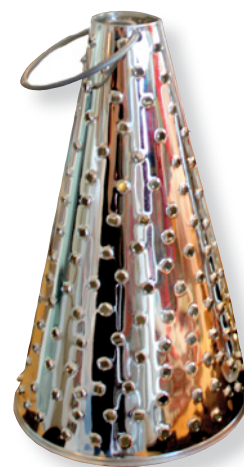
Jag tycker inte att hantverk och bra formgivning utesluter varandra. Det svåra för en hantverkare är att tillverka tillräckligt stora serier. Arbetet med hantverk är en utmaning när det gäller formgivning, design och brand. Hur skall man få ett hantverk tillräckligt attraktivt med små ekonomiska resurser och liten risk? Inom industrin är det ingenjörer som tar fram idéer och tekniska lösningar och formgivarna ger utseendet. Borde hantverkaren vara beredd att samarbeta med en formgivare?

BEATRICE ÖSTMAN

◀ *Brunäsllyktan härstammar från och tillverkas i Pargas av **Leif Isaksson**. Ett gediget hantverk och en omtyckt, välgjord lykta.*

▲ *Secto Designs olika tidslösa lampor är möjliga att få via Gullkrona. FOTO SECTO DESIGN*

▼ *Bläckplåtslyktan ger ett vackert sken, den kommer från Loftet i Vasa. Finns i tre olika storlekar.*





Informatörsnätverket ger en kick

TEXT | Maarit Westerén, informatör, Förbundet Hem och Skola

Tankar kring en kopp kaffe. Det behövs inte så mycket mer än någon som drar igång det hela, en Facebookgrupp och ett gäng som märker att det lönar sig att träffas och prata. De senaste åren har ett gäng informatörer som arbetar inom tredje sektorn i Svenskfinland nätverkat aktivt.

FAKTA

INFORMATÖRS- NÄTVERKET

■ Informatörer jobbar ofta rätt ensamt och för sig själva. I nätverket får vi på ett enkelt sätt kontakt med varandra och ser vem som arbetar var.

■ Medlemmarna i gruppen består av anställda informatörer och marknadsförare inom tredje sektorns takorganisationer.

■ Syftet är att delge information snabbt och enkelt samt upprätthålla kontakten informatörerna emellan. Vi kan även öppet bolla idéer och utbyta erfarenheter och verktyg.

Att arbeta som informatör innebär att man är mitt i smeten, men samtidigt är man ofta rätt ensam i sin yrkesroll. På en liten arbetsplats, i en organisation inom den tredje sektorn, har alla ofta fullt upp med sitt. Det är inte sagt att kollegerna har tid eller intresse att fördjupa sig i frågor som berör informatörshantverket och yrkesrollen. Därför är det givande att träffa kolleger som verkar i andra organisationer.

I snart ett par års tid har informatörer inom den finlandssvenska tredje sektorn samlats till morgonträffar. Det informella informatörsnätverket samlas en morgon tre till fyra gånger per termin, antingen i någon organisations utrymme eller på ett kafé i Helsingfors.

Temat för träffarna är fastställt på förhand. Massmedia, informationsstrategier, val av tryckeri, språkvård, arbete med webbplatser, prylar för mässor... Allt möjligt har vi hunnit fundera på då vi druckit vår kaffekopp. Det som helt klart visat sig är att de frågor man som informatör ofta grubblar på i sin ensamhet ofta är en fråga någon annan också funderat på. Vi har generöst delat med oss och verkligen inte pantat på goda tips och idéer.

Den lilla grupp som startade för ett par år sedan har nu utökats med många fler. Idag är vi ca 30 personer med i gruppen på Facebook som endast är öppen för oss som är med i nätverket. Via den kommunicerar

vi med varandra och kommer överens om temat för nästa träff. Vi brukar vara kring 10–15 personer då vi träffas. Träffarna är informella, men ibland bjuder vi in en utomstående inledare, en annan gång är det någon från vår grupp som håller i rodet.

Förutom det rent professionella utbytet kan mycket annat också bokföras på pluskontot. Vi har skapat ett nätverk som fungerar, blivit bekanta med varandra och de övrigas organisationer och tar kontakt med varandra då det behövs. Tröskeln att be en någon om råd och hjälp har blivit lägre. Dessutom är det roligt att träffas bara för att få skratta hjärtligt tillsammans.

Trots att nätverket har en informell karaktär krävs det nog en viss styrning, att någon känner ansvar för kontinuiteten. Därför vill jag speciellt tacka **Christine Skogman** och **Mari Pennanen** på Studiecentralen för att de hållit igång nätverket och koordinerat det hela. Det är just en sådan verksamhet som föreningarna behöver Studiecentralen för. Att se frågor i lite större perspektiv än vad vi enskilda organisationer gör, driva på och vara kittet mellan oss organisationer. Kanske den lyckade starten på informatörsnätverket kunde vara en modell för flera liknande nätverk? Behöver till exempel organisationernas verksamhetsledare eller ekonomiansvariga en motsvarande verksamhet?

För morgonkaffe dricker väl alla.

Hur ska vi få med ungdomar i vår förening?

De senaste tio åren har jag med jämna mellanrum stött på denna fråga. Det är ingen lätt fråga, men vi kan utgå ifrån att unga är en av de mest utmanade målgrupperna att jobba med. Och med utmanade menar jag att de är upptagna med skolan, är snabba på att sälla information och hitta det de är ute efter och brinner för – och faktum är att de ofta är mest intresserade av att hänga med sina vänner och familj på fritiden. Personligen anser jag att på grund av detta blir arbetet heller aldrig ointressant. Men, hur göra för att nå de unga?

Forskning visar att intresset för föreningsverksamhet sjunkit bland unga under 2000-talet. För idrottsföreningarna går det fortfarande relativt bra. Att unga sedan inte rör på sig tillräckligt är en annan diskussion.

Enligt en finsk undersökning upplever under 15-åriga finska unga föreningsverksamhet gammalmodigt och uppifrån styrt.

Unga tenderar även att vilja engagera sig för en kortare tid, utan att binda sig eller bli medlem i en förening eller organisation. De önskar även tid att "bara vara". Ett flertal studier visar att unga är intresserade av samhällsfrågor och politik, men väljer att aktivera sig genom andra kanaler än traditionell föreningsverksamhet.

Då man som förening funderar på hur man skall aktivera unga eller få fler unga att engagera sig, är det viktigt att reflektera kring följande egenskaper som tillhör de unga.

Unga är inte passiva.

Unga tänker på nyttoaspekten i att aktivera sig.

Unga föredrar korta och intensiva engagemang.

Ytterligare är det av stor vikt att söka sig till denna målgrupp, inte vänta att de skall söka upp en. Och det viktigaste – att vara lyhörd. Att vara lyhörd för behov, intressen och efterfrågan. Forma verksamheten efter det.



Frida Westerback

enhetsledare för De Ungas Akademi
(Svenska studiecentralen)

FOTO: VILLE VARUMO

Funderar du över något kring förenings- och organisationsliv? Kontakta redaktionssekreteraren med frågor.



AVSKRIVET

SUCKAR ELLER TACK?

Det finns några uppdrag man aldrig får ett tack för. De klassiska är att lysa med ficklampa för någon annan. Eller att ro då mannen lägger nät. Men nuförtiden är det den som designar broschyrer eller webbsidor som mest får höra hur det borde ha sett ut. Skall webbsidan se klatschig ut med bara bilder med så litet text som möjligt? Eller bara fina demonstrationsfilmer och nästan inga fakta som särskilt storbolag verkar gilla? Eller skall det finnas så mycket text och så många länkar som möjligt på paradsidan?

Till all tur verkar de pampiga inledningsfilmerna, som vissa inledde med ännu i bör-

jan av 2000-talet, ha försvunnit. Trenden tycks gå mot en allt enklare webbdesign. Klart och redigt och inte grälla bakgrundsfärger. Problemet är förstås också informationsmängden. Hur skall man veta hur folk tänker när de söker information och få fram det väsentligaste på paraden? Det finns ju som känt inte en blankett som inte kan missförstås.

Studiecentralen har för några år sedan förnyat sin webbplats och just nu håller vi på med Föreningsresursens dito. Också här har funnits många åsikter. Hur många balkar? Två eller tre spalter och så vidare. Själ-

har jag alltid suckat över att jag inte ser den nedersta menyraden på Studiecentralens öppningssida. Det beror på att jag har en annan resolution på min skärm än vad den är planerad i.

Nu när vi strax publicerar Föreningsresursens hemsidor är det spännande att se hur många som förstår symboliken i den nya grafiken. Förhoppningsvis har vi dock fått den användarvänligare. Eller är det "samma skit i ny förpackning" som var en av kommentarerna. Det får ni bedöma.

STEFAN ANDERSSON



19.12.2012

■ **JULGRÖT I ÖSTERBOTTEN.** Svenska studieccentralens kansli i Vasa inbjuder tillsammans med Bildningsforum sina medlemsorganisationer till en julgröt onsdagen den 19 december kl. 11–13 på kansliet i Vasa, Handelsplanaden 12 B 17. Runt en tallrik julgröt blickar vi framåt mot det nya verksamhetsåret och summerar det år som gått. Anmäl dig senast fredagen den 14.12.

www.studieccentralen.fi/evenemang

10.1.2013

■ **INSPIRATIONS DAG FÖR KILLGRUPPSVERKSAMHET** kl. 9–15 på Loftet (Rådhusgatan 28, Vasa). De svenska föreläsarna och pedagogerna Jens Sjögren och Peter Lindberg inspirerar och vägleder dig i arbetet med att bemöta pojkar. Killgrupper är en välbeprövad metod för att skapa miljöer där förtroende råder och pojkar får stöd i att växa till unga män. Inspirationsdagen genomförs som ett samarbete mellan Kyrkans central för det svenska arbetet och De Ungas Akademi.

www.dua.fi

17.1.2013

■ **KURS OM KOMMUNIKATIONSVERKTYG.** Smidig kommunikation inom organisationen blir allt viktigare och viktigare. Internet erbjuder ypperliga verktyg för att underlätta kommunikationen inom organisationen. Vi bekantar oss med bland annat Yammer och Doodle. Kursen hålls på Studieccentralens kansli i Åbo (Auragatan 1 C 13) och kursledare är Pasi Holmberg, projektledare för IT3 i Åboland. Kursarrangör är FSU:s IT3-projekt och Svenska studieccentralen.

www.studieccentralen.fi/aktuellt

Jan-feb 2013

■ **CIRKELLEDARUTBILDNING.** Vad är en studiecirkel? Hur startar man en studiecirkel? Vad innebär det att vara cirkelledare? Hur utvecklar vi vår studiecirkel? Vilket stöd kan Svenska studieccentralen erbjuda? Om du är cirkelledare eller funderar på att dra igång eller delta i en cirkel är det här en ypperlig chans att få svar på alla frågor. Cirkelinspirationskvällarna är den 23 januari i Helsingfors, den 7 februari i Vasa och den 13 februari i Åbo.

www.studieccentralen.fi/aktuellt

6.2.2013

■ **UTBILDNINGSDAG OM DIGITAL DELAKTIGHET.** Det finns i dag sannolikt tiotusentals finlandssvenskar som av varierande orsaker inte har tillgång till nättjänster av olika slag. InkluderaFlera samlar folk till ett gemensamt nätverk för att dela information om vad som gjorts och vad som kunde göras för att få flera finlandssvenskar att bli glada och nöjda webb användare. Utbildningsdagen i SFV-salen i Helsingfors är kl. 13–16 och den riktar sig till organisationsaktiva som vill vara med och diskutera motverkandet av digitala klyftor i Svenskfinland. Följ med vad som händer i Facebookgruppen InkluderaFlera och håll också utkik efter #inkluderaFlera-hashtaggen på Twitter.

www.facebook.com/InkluderaFlera

www.studieccentralen.fi

Februari

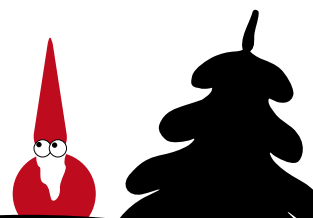
■ **KURSER I DIGISTOFF.** Under kurserna går vi igenom grunderna i Kulturhusets webbverktyg Digistoff 2.4 och deltagarna har möjlighet till personlig handledning i arbetet med den egna föreningens webbsida. Den första kursen hålls i Åbo (Åbo Yrkesinstitut, Klockringaregatan 9-11) den 7 februari kl. 18-20. Sista anmälningdag är den 3 februari. Kursen i Pargas är den 14 februari kl. 18-20 och sista anmälningdag är den 10 februari. Kursen i Kimito (Villa Lande) är den 28 februari kl. 18-20 och sista anmälningdag är den 24 februari. Kurserna är avgiftsfria. Kursledare är Pasi Holmberg, projektledare för IT3 i Åboland.

www.studieccentralen.fi/aktuellt

Våren 2013

■ Utbildning för DISA-handledare arrangeras under våren 2013 i Helsingfors i samarbete med Novia.

www.dua.fi



GOD JUL
OCH GOTT NYTT ÅR!

FRÅGA EN VUXEN MAN

”Det blir varken bättre eller sämre, det blir bara annorlunda”. Den världskända designkännaren **Kasper Strömman** klär sig i slips och svarar på frågor i DUA:s serie ”Fråga en vuxen man”. Han svarar bland annat på frågan ”När du var ung och tänkte på hur det skulle bli som vuxen, blev det bättre eller sämre än du tänkte?” Se videon på www.dua.fi/blog



Basses bästa | av Sebastian Nyberg



TEMACIRKLAR FÖR HÅLLBAR LIVSSTIL

Är du intresserad av frågor som berör mat? Om skillnaderna mellan halvfabrikat och hemlagat, om tillsatserna och smakupplevelser? Eller är det kanske kemikalierna vi omger oss med i vardagen som berör dig mest? Marthaförbundet erbjuder två nya fördjupande inspirationsmaterial kring mat och kemikalier. De två temacirkelarna är menade för er som vill samlas i en mindre grupp och lära er mera om mat eller kemikalier.

Materialet gör det lättare för er att med hjälp av diskussioner, reflektioner, studiebesök, upplevelser, föreläsare samt olika praktiska övningar och vardagsexperiment fördjupa er i temat. Anmäl också studiecirklarna till Svenska studiecentralen så kan ni få bidrag för cirkeln.

www.martha.fi/temacirklar
www.studiecentralen.fi/cirklar



FOTO: JOACHIM HESTHAMMER

SLUTA PANTA FICK MEDALJ

Svensk Ungdom (SU) gav i år sin Svenska dagen skuggmedalj till nättjänsten Sluta panta. SU vill lyfta fram det viktiga arbete som Sluta panta gör för de ungas välmående. Sluta panta är en nationell stödtjänst på nätet där unga kan få råd och information om relationer, hälsa och framtid via chatt med professionella inom ungdomssektorn.

– Vi tror att vi genom denna typ av förebyggande arbete kan nå unga som befinner sig i riskzonen för att marginaliseras, säger **Frida Westerback** som koordinerar stödtjänsten.

Sluta panta är ett samarbete mellan Finlands Svenska Skolungdomsförbund, Folkhälsan, De Ungas Akademi, Ungdomscentralen, Ung Info, Hem och Skola, Radio X3M, Krisjouren för unga och Kyrkostyrelsen.

SU har delat ut skuggmedaljen sedan 2003. Den tillkom för att uppmärksamma projekt, föreningar eller individer som berör unga och gör en insats för det svenska i Finland.



Vad ska det stå i möteskallelsen?
Hur leder man ett bra möte?
När måste bokslutet vara färdigt?
Kan föreningen betala ut arvoden?
Får alla som är på mötet rösta?

Förnyade Föreningsresursen ger svar på detta
och mycket mer gällande föreningsliv i Finland.

föreningsresursen.fi

Titta in, uppdatera dina kunskaper och rekommendera
sedan webbplatsen för grannen.

