

10.4 FS förslag

SISU Idrottsutbildarnas vision, verksamhetsidé och värdegrund

Förslag:

FS föreslår att SISU-stämman beslutar

- att** fastställa ny vision, verksamhetsidé och värdegrund enligt bilaga 1; samt
- att** uppdra till FS att tillsammans med SF stärka och öka samverkan kring folkbildning.

Bakgrund

SISU Idrottsutbildarna (SISU) bildades 1985 och i samband med detta formulerades vision, verksamhetsidé och värdegrund. Dessa grundfundament reviderades 2003. I februari 2018 fattade förbundsstyrelsen beslut om att genomföra en översyn av SISU:s vision, verksamhetsidé och värdegrund i syfte att modernisera uppdraget i relation till Strategi 2025. Styrelsens råd för bildning och utbildning har följt arbetet under hela processen och under hand bearbetat resultaten utifrån en strategisk nivå.

SISU Idrottsutbildarna är idrottsrörelsens studie- och utbildningsorganisation och bedriver folkbildning och utbildningsverksamhet.

Studieförbund

SISU bedriver sin verksamhet såväl utifrån idrottsrörelsens idé och mål samt statens mål och syften. De båda uppdragen stärker idrottsrörelsens utveckling.

I praktiken innebär det att verksamheten ska beakta både ett individperspektiv och ett föreningsperspektiv. Individperspektivet innebär att möta den enskilda människans intresse, behov och möjligheter att utvecklas och där föreningsperspektivet mer har sin utgångspunkt i föreningens vilja och möjlighet att utvecklas.

Statens mål för folkbildningen är att ge alla möjlighet att tillsammans med andra öka sin kunskap och bildning för personlig utveckling och delaktighet i samhället.

Statens fyra syften med folkbildningen omskrivet till idrottsrörelsen beskrivs enligt nedan;

Demokratisyftet

Idrottsrörelsen består av demokratiskt uppbyggda föreningar och förbund. Folkbildning inom idrottsrörelsen erbjuder en arena för människor att mötas och ger människor möjlighet att påverka den egna livssituationen. Alla som deltar i idrottsrörelsens folkbildningsverksamhet involveras, lär av andra och tar ansvar för vad och hur de ska lära. Detta bidrar till att stärka och utveckla demokratin i samhället.

Påverkans- och mångfaldssyftet

Idrottsrörelsen når alla samhällsgrupper. Ett av kärnvärdena inom idrottsrörelsen är allas rätt att vara med. Idrottsrörelsens folkbildningsverksamhet ger människor möjlighet att tillsammans med andra öka sin kunskap och bildning. Alla människor oavsett förutsättningar och med olika bakgrund, ska kunna vara delaktiga i idrottsrörelsen på sina villkor. Idrottsrörelsen arbetar för att nå nya målgrupper för sin verksamhet.

Bildnings- och utbildningssyftet

SISU erbjuder folkbildning i idrottsföreningar för att ge kraft åt människors tankar, idéer och vilja att utvecklas, På så sätt utvecklas idrottsföreningens verksamhet. Genom att nå en än bredare grupp av människor kan SISU verka för att minska utbildningsklyftorna genom folkbildning inom idrottsrörelsen.

Kultursyftet

Generellt kan SISU:s verksamhet ses som en mötesplats för kulturskapande och där kulturupplevelser förmedlas. En av SISU:s verksamhetsformer är kulturprogram. Gestaltning såsom utställning och forumteater används som en pedagogisk metod inom folkbildningen.

Definitioner och konstateranden

Följande uppsättning definitioner och konstateranden ligger som utgångspunkter för översynen:

- Folkbildning ger förutsättningar för människors lärande i grupp, individuellt, digitalt och fysiskt i olika former. Inom folkbildningen är dialogen och det personliga mötet en grundläggande pedagogisk form.
- Folkbildning ger förutsättningar för aktivt deltagande, engagemang och personlig utveckling med en möjlighet till involvering i idrottsföreningen och idrottsrörelsens utveckling.
- Folkbildning organiseras i idrottsföreningar.
- Idrottskonsulenterna stöttar idrottsföreningens medlemmar i deras lärande och i deras engagemang. Det personliga mötet och dialogen i föreningen är ett viktigt arbetssätt.

Process

Arbetet med översynen har genomförts med utgångspunkt i idrottsrörelsens styrdokument och folkbildningens mål och syfte samt med en bred förankringsprocess i form av dialoger och workshops. En utblick i form av trendspaning samt en analys av resultaten har också genomförts.

Insamling och förankring

Som en betydelsefull del i insamlings- och förankringsarbetet har det från maj till oktober 2018 genomförts ett stort antal mötesplatser och dialoger med olika målgrupper inom idrottsrörelsen. Sammantaget har vi mött 35 SF i dialogform och workshops. Distriktens medarbetare och förtroendevalda har också bidragit i processen. Totalt har närmare 400 personer deltagit i arbetet.

Remissförfarande

En remiss skickades ut till SF och SISU-distrikt den 14 december med svarstid till den 6 februari. Remissunderlaget innehöll FS förslag till ny vision, verksamhetsidé och värdegrund för SISU. 36 SF och 11 DF svarade på remissen. En majoritet av förbunden och distrikten ger sitt stöd till ny vision, verksamhetsidé och värdegrund. Förbunden anser att harmoniseringen med RF är bra.

Synpunkter som framkommit i översynen är att SISU:s övergripande uppdrag är uppskattat. De flesta SF är generellt positiva men det finns en önskan om att tydliggöra, kommunicera och stärka samverkan för att nå en bättre och mer samordnad verksamhet. Effekterna och resultatet av den lokala folkbildningen upplevs från en del håll som osynligt.

SF önskar en ökad samverkan och tydliggörande av roll- och ansvarsfördelning mellan SF och SISU. Det uttrycks att idrottsföreningen bör vara i centrum för verksamheten och att folkbildning är en möjlighet i SF:s utvecklingsarbete kopplat till idrottsrörelsens Strategi 2025. Folkbildningen ses som en avgörande resurs för att nå många individer och föreningar.

Trendspaning

För att åstadkomma ett så gediget underlag som möjligt genomfördes även en omvärlds- och trendspaning, med syfte att skapa en djupare förståelse för förändringar i omvärlden samt för de värderingar och livsstilar som påverkar folkbildningens framtid.

Vi har valt att synliggöra fyra av dessa omvärldstrender och värderingar.

Trend 1 - Filterbubblor ökar polarisering och sänker tilliten till andra människor

Att den information vi nås av på internet filtreras och skraddarsys utifrån dina digitala fotspår är allmänt känt idag. Dagens unga är alltmer medvetna om riskerna både vad gäller falska nyheter och filterbubblor. Enligt den återkommande undersökningen "Svenskarna och internet" värderar unga information på nätet med större skepticism än äldre och säger sig också i större utsträckning fått utbildning i att värdera information på nätet. Allt färre anser att det mesta på internet är pålitligt och särskilt skeptisk är man till Facebook; endast 12 % av användarna menar att politisk information är pålitlig där.

Sannolikt går det att koppla misstron mot vanliga människors förmåga att vara pålästa till den ökade kunskapen om filterbubblor och falska nyheter. Att tillit är en förutsättning för en fungerande demokrati är väl belagt.

Konsekvenser för folkbildningen

Ökande åsiktpolarisering och sjunkande tillit är växande problem för demokratin. Att folkbildningen erbjuder arenor för människor att mötas och föra samtal utanför filterbubblorna är en styrka och en funktion som blir allt viktigare i samhället.

Trend 2 - Folkbildningens statusrenässans

Med nya arenor och digitala plattformar tar sig folkbildningen nya uttryck. Många tycks idag vilja erövra begreppet folkbildning för att själva förknippas med begreppets positiva associationer och genom detta stärka sitt varumärke. Exempel är bland annat lärare som startar Youtubekanaler, tv-profiler som använder tv-mediet för att utbilda kring till exempel träning eller byggnadsvård. Andra exempel är stora socialamedieprofiler/influencers som allt oftare "lånar ut" sina varumärken till folkbildande kampanjer. Alla dessa exempel har potential att ge folkbildningen ett nytt ansikte och nya verktyg.

Konsekvenser för folkbildningen

En följd av utvecklingen är att folkbildning blir mer personburet och enskilda individer blir tydliga bärare av specifika värderingar och av begreppet folkbildning. Möjligen innebär den här trenden en statusskjuts för folkbildningen i stort och en möjlighet för traditionella aktörer att vidga sin dragningskraft i svårattraherade grupper.

Trend 3 - Kraven på involvering och kontinuerlig återkoppling ökar

Kraven på involvering och återkoppling ökar, både i arbetslivet och i samhället i stort. Unga har under sin uppväxt involverats av föräldrar, lärare och media i beslutsprocesser i högre utsträckning än tidigare. Avståndet till auktoriteter har krympt och unga har erfarenheter av att släppas in och tas på allvar. De har involverats som konsumenter och innovatörer. Allt fler företag har insett nyttan av att använda "massan" för att utveckla nya produkter, finna lösningar på problem eller till och med för att rekrytera talanger. De har dessutom fostrats in i sociala mediers och gamingvärldens logik där direkt återkoppling på det man postar eller på prestationer är en självklarhet. Vidare har de förberetts för ett förändrat arbetsliv där krav på självledarskap och kreativt tänkande har ökat.

Konsekvenser för folkbildningen

Folkbildningsaktivitet innebär att lära sig saker tillsammans med andra och därmed även lära sig att respektera andras åsikter och att våga bidra med sina egna åsikter och tankar. I en tid där kontinuerlig, tydlig och generös återkoppling alltmer hamnar i fokus (och blir ett krav) både i skolan och i arbetslivet, kan folkbildningen förse människor med verktygen för respektfull interaktion med andra via dialog och återkoppling.

Trend 4 - Den värderingsstyrda ungdomsgenerationen söker inre harmoni

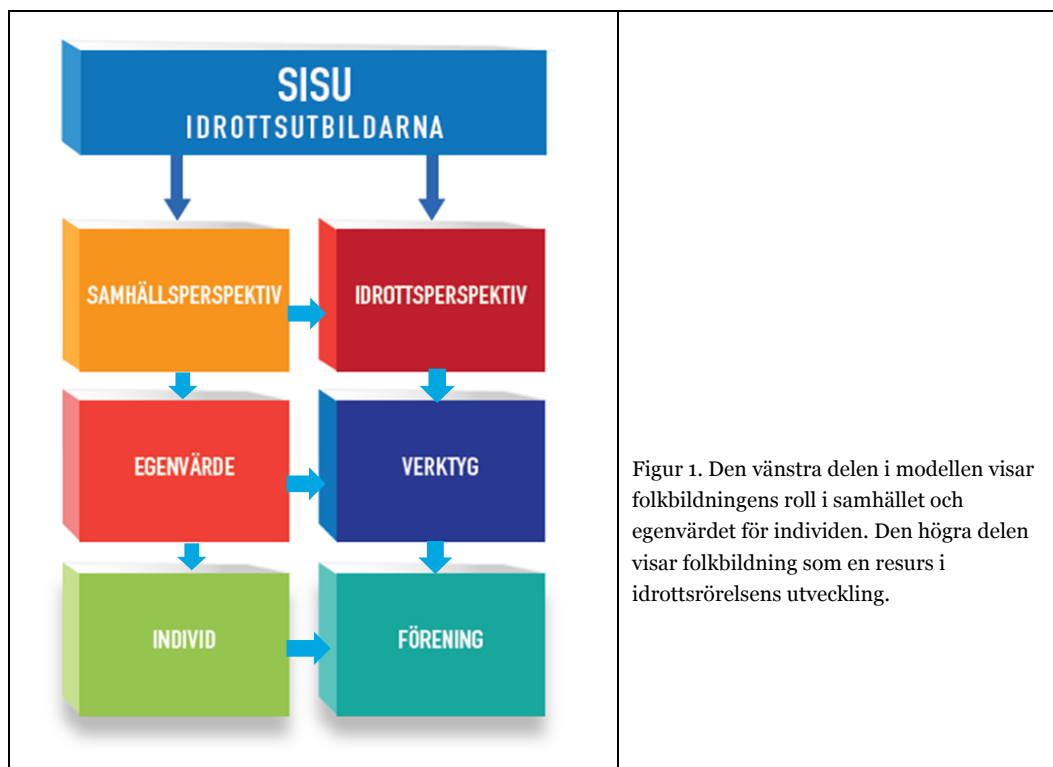
Den unga generationen beskrivs allt oftare som värderingsstyrd och det tycks finnas en strävan mot att leva ett liv i enlighet med ideal och värderingar. Det som anses äkta prioriteras medan det ytliga och falska nedvärderas. Att känna sig nöjd med livet och uppnå inre harmoni är till exempel viktigare än att få framgång i arbetslivet; personlig utveckling är viktigare än hög status när man väljer jobb och det krävs engagemang i en större samhällsfråga för att bli en förebild för unga. Dessutom har tydliga värderingar hos ledare mycket stor effekt på unga medarbetares engagemang - större än exempelvis om ledaren är visionär eller bra på att ge konstruktiv kritik, vilket tidigare klassats som de viktigaste ledaregenskaperna för att känna engagemang.

Konsekvenser för folkbildningen

För att fånga ungas engagemang försöker olika aktörer erbjuda alltmer avancerade digitala tjänster och vässa sin digitala kommunikation. Det är ofta behövligt. Men en viktig insikt är att dagens unga tycks längta efter meningsfullhet, värderingsstyrt ledarskap och guidning för att finna inre harmoni i en splittrad tillvaro. Dagens folkbildning med studiecirklar, kurser och andra aktiviteter skapar lärandemiljöer där människor tillåts växa och utvecklas på andra sätt än inom arbetslivet och skolan. Detta är en styrka och en möjlighet för aktörer inom folkbildning och som vill attrahera den unga målgruppen.

Slutsatser

I analysfasen har modellen nedan vuxit fram. Den beskriver hur SISU Idrottsutbildarna har att förhålla sig till två uppdrag: ett inom folkbildningen och ett inom idrottsrörelsen. Uppdragen kan även beskrivas som två perspektiv: samhällsperspektivet och idrottsperspektivet. Perspektiven står inte i motsättning till varandra utan är snarare en förutsättning för varandra, då de samspelar och stärker varandra och de processer som sker inom ramen för respektive perspektiv.



Figur 1. Den vänstra delen i modellen visar folkbildningens roll i samhället och egenvärdet för individen. Den högra delen visar folkbildning som en resurs i idrottsrörelsens utveckling.

Sammantaget har översynen synliggjort att individperspektivet behöver tydliggöras mer än vad som är fallet i nuvarande vision, värdegrundverksamhetsidé och värdegrund, där denna koppling är relativt svag. Vidare finns ett pedagogiskt starkt värde i att söka en harmonisering med idrottsrörelsens vision, verksamhetsidé och värdegrund för att markera att SISU är idrottsrörelsens studieförbund.

Analysen ger vid handen att det är tid att återerövra folkbildningsbegreppet. I trendspaningen framgår att folkbildningen genomgår en statusrenässans och att vi behöver signalera stolthet över den verksamhet som bedrivs inom SISU.

För att vår folkbildning ska vara attraktiv idag och i framtiden är det avgörande att vi erbjuder möjlighet till ett varierat och flexibelt lärande som kan ske individuellt och i grupp, digitalt och fysiskt samt i olika former. Folkbildningen måste även fortsättningsvis erbjuda arenor för alla medborgare att ta del av ett aktivt lärande hela livet - med andra ord erbjuda förutsättningar för ett livslångt lärande.

Parallellt med det varierade lärandet erbjuder idrottsrörelsens folkbildning möjligheten till det nyanserade och fördjupande samtalet och det fysiska mötet i föreningen, vilket bör stärkas ytterligare. Folkbildningsverksamheten behöver helt enkelt finnas där människor redan finns och förstärka samtal som pågår utan att bli tvingande i sin form.

En förutsättning för att barn, unga och vuxna kan välja att delta och stanna i idrottsrörelsen hela livet är att det finns en upplevelse av personlig utveckling. Det

behöver alltså finnas en stark koppling mellan den personliga utvecklingen och att utvecklas inom sin idrott oavsett om det är som idrottsutövare, ordförande, ledare eller i en annan roll i idrottsföreningen.

En önskan om att den nya formuleringen ska vara framåtlutad, offensiv och starkt andas något nytt framgår av insamlade data. Den viljan har bejakats, men även vägts mot nödvändigheten av att inte bli för trendkänslig det vill säga säkerställa att innehållet blir hållbart över tid.

Definitioner

Vision

Vi betraktar visionen som en beskrivning av ett framtida önskvärt tillstånd. En föreställning om var vi vill vara eller hur vi vill bli, som inte har krav på att vara vare sig mätbar eller realistiskt nåbar inom en viss tidsperiod.

Verksamhetsidé

Med verksamhetsidé menar vi en beskrivning av vad vi ska verka för, vad vi ska uppnå och vilket uppdrag vi har. Den ska vara kort och kärnfull och förklara vad vi gör och varför.

Värdegrund

Värdegrunden är en beskrivning av grundläggande principer och beteenden som leder oss i vårt agerande. Den tydliggör hur vi förhåller oss till varandra samt hur vi förhåller oss till uppdraget.

Bilaga 1: SISU Idrottsutbildarnas vision, verksamhetsidé och värdegrund

Nuvarande	Nytt förslag
<p>Vision</p> <p>Vi är där när idrotten lär!</p>	<p>Idrottsrörelsens folkbildning – världens bästa!</p> <p><i>I denna vision ligger det aktiva, livslånga lärandet inbyggt. Den är dessutom en förlängning av idrottsrörelsens vision, vilket har en stor poäng för engagemang och igenkänning; SISU är idrottsrörelsens eget studieförbund. Visionen har en tydlig ambition och framåtlutning.</i></p>
<p>Verksamhetsidé</p> <p>SISU Idrottsutbildarna ska vara en eftertraktad resurs för idrotten som stimulerar människors lärande, stärker engagemanget och utvecklar verksamheten. Vårt utbud ska präglas av mångsidighet, flexibla metoder och hög pedagogisk kvalitet till konkurrenskraftiga priser.</p>	<p>Vi erbjuder folkbildning i idrottsföreningar för att ge kunskap och kraft åt människors tankar, idéer och vilja att utvecklas.</p> <p><i>Här signalerar vi att vi avser att bygga in ny kraft i folkbildningen. Vi bevisar att den moderna folkbildningen engagerar och att den i högsta grad lever och är angelägen. Samtidigt signalerar vi tydligt att vi är idrottsrörelsens eget studieförbund, med ett tydligt och väldefinierat uppdrag.</i></p>

<p>Värdegrund</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vår utgångspunkt är idrottsrörelsens gemensamma verksamhetsidé Idrotten vill. Det är den idémässiga bas vi har som utgångspunkt i rollen som idrottens utbildningsorganisation. • Vi ser lärandet som en livslång process, där vi utgår från människors olika insikter, erfarenheter och förutsättningar. Dialogen, mötet och samtalet är centralt med en prägel av att lära av andra, men också lära varandra. • Vi ska i all verksamhet utgå från idrottens behov. Vi ska inspirera och stimulera till att ständigt utveckla och förbättra idrotten till form och innehåll. • Vi avstår från uppdrag utanför idrotten. SISU Idrottsutbildarnas primära uppgift är att vara en resurs i medlemsorganisationernas (MO) lärande och utveckling. Den sekundära uppgiften är att vara en resurs för idrotten utanför MO. • Den samhällsfinansierade folkbildningsverksamheten har hos oss en särställning, med särskilda avsikter och riktlinjer. Vår folkbildningsverksamhet utgår från idrotten och dess behov. • Öppenhet, engagemang och trovärdighet ska prägla vad vi säger och vårt sätt att vara. Detta gäller i relationen och samspelet med våra uppdragsgivare, men också mellan individer och olika organisationsled inom SISU Idrottsutbildarna. • Vår styrka bygger på att vi är ett samlat lag, med kraftfulla lagdelar, där vi har ett gemensamt ansvar för helheten och att nå vår vision. Idrotten finns över hela landet, vilket innebär att förutsättningarna och behoven varierar. För oss är det viktigt med en lokal anpassning, samtidigt som vi värnar om 	<p>Glädje och gemenskap</p> <p>Människors personliga utveckling och glädjen i att tillhöra ett sammanhang stärker tilliten till varandra och till omvärlden. Aktivt livslångt lärande är folkbildningens kärna.</p> <p>Demokrati och delaktighet</p> <p>Folkbildningen erbjuder en arena för att lära av och med varandra. Alla som deltar involveras och tar ansvar för vad och hur de ska lära.</p> <p>Allas rätt att vara med</p> <p>Folkbildningen ger möjlighet att tillsammans med andra öka kunskap och bildning. Alla människor i idrottsrörelsen, oavsett förutsättning i övrigt, ska ha möjlighet till folkbildning i förening.</p> <p>Rent spel</p> <p>Folkbildningen är ett verktyg i idrottsrörelsens arbete med attityd och beteenden för en optimal föreningsmiljö.</p>
--	--

<p>helheten. I denna anda ska vi stötta, stimulera och stärka varandra.</p> <ul style="list-style-type: none">• En avgörande framgångsfaktor är medarbetarnas kompetens och skicklighet samt ett engagerat förhållningssätt till uppdraget. Regelbunden kompetens-utveckling är avgörande.	
--	--