

Interpellation ställd till kommunfullmäktiges ordförande/borgmästare Helena Balthammar

## Vilka värderingar normaliserar Linköpings kommun egentligen?

Linköpings kommun har styrdokument där det fastslås hur kommunen ska kommunicera och marknadsföra sig. Dessa omfattar bland annat kommunens kommunikationspolicy och riktlinjer för kommunikation. Samtidigt finns det flera fall i kommunens kommunikation och marknadsföring som väcker frågetecken om vad kommunen står för, minst sagt. Exempelvis så marknadsförs fritidsaktiviteter i kommunen med bilder på barn/ungdomar i muslimsk slöja.<sup>1</sup> Att barn som bär muslimsk slöja på sig används i marknadsföring för Linköpings kommun, och för att lyfta fram vad kommunen är och står för, ser vi sverigedemokrater som oacceptabelt. Slöjan betraktas av många som en symbol för att skydda kvinnans sexualitet, och i det här fallet rör det sig dessutom om barn som bär den typen av symbol. Många bär dessutom inte slöja av egen fri vilja, utan för att man blir tvingad eller känner sig pressad. När kommunen då marknadsför sig med bilder på barn i slöja, så normaliserar kommunen företeelsen och lyfter fram den som något positivt laddat.

Kommunen lyfter också fram och normaliserar andra kvinnofientliga värderingar i kampanjen Vi är Linköping, som bland annat återfinns på Linköpings kommuns hemsida och Facebook-sida. I kampanjen intervjuas olika personer, varav en kommenterar kvinnor så här:

”I min kultur är det mannen som måste ta beslut om skilsmässa. Om kvinnan säger till sin man att hon inte vill leva med honom längre, så kan han välja att acceptera det eller inte. Och om han vägrar att skiljas kan kvinnan gå till sin familj och be om hjälp med att prata med mannen. Då brukar han förstå och därmed också ta det beslut hon önskar.”<sup>2</sup>

Värderingarna som framgår av citatet ovan läggs fram av kommunen helt okommenterat utan att ifrågasättas, i kommunens officiella kanaler. Det hela framställs som något som kommunen inte alls är kritisk till, och det normaliseras ytterligare när projektet Vi är Linköping, som den aktuella intervjun är en del av, beskrivs ha följande syfte:

”Vi är Linköping är ett projekt som genomförs i syfte att visa att Linköping ÄR människorna och att människorna ÄR Linköping. Att vår stad är en plats för mångfald, mod och mänsklighet. För alla. Genom djupintervjuer får vi lära känna några av alla som bidrar till att forma Linköpings själ, och som via webbplatsen [linkoping.se/viarlinkoping](http://linkoping.se/viarlinkoping), Facebook och Instagram delar med sig av sina tankar och känslor. Vår förhoppning är att vi under projektets gång ska kunna fylla på med fler fantastiska Linköpingsbor.”

---

<sup>1</sup> Linköpings kommun. (2017). *nyistan – En tidning för alla nya Linköpingsbor*. Hämtad 2017-09-07 från <http://www.linkoping.se/contentassets/793a727be0654831944d6cd85fa3da9b/ny-i-stan-2017---en-tidning-for-alla-nya-linkopingsbor.pdf>

<sup>2</sup> Linköpings kommun. (2017). *Vi är Linköping – Mohamed*. Hämtad 2017-09-07 från <http://www.linkoping.se/vi-ar-linkoping/vi/mohamed/>



Med anledning av ovanstående önskar vi få följande frågor besvarade:

1. Anser borgmästaren att Linköpings kommun ska marknadsföra sig med värderingar likt de som redogörs för i interpellationen?
2. Anser borgmästaren att är förenligt med kommunens antagna styrdokument och värdegrund att Linköpings kommun marknadsför sig på det sätt som redogörs för i interpellationen?
3. Vilka åtgärder kommer borgmästaren att vidta för att förhindra att värderingar likt de som redogörs för i interpellationen inte ska normaliseras av kommunen?

För Sverigedemokraterna i Linköping,



---

Jonas Andersson