
LISA
PETERSSON
FRILANSANDE
WEBBREDAKTÖR

DesignCom
www.designcom.se
hej@designcom.se
0760 - 28 26 00

PORTFOLIO

2022

- *Arbetar utifrån dina behov.*
- *Avlastar dig och minskar din stress.*
- *Hjälper dig med det mesta inom design och kommunikation.*

VAD GÖR JAG?

Jag avlastar dig, och minskar din stress när du har för mycket att göra inom design och kommunikation.

Jag skriver för individuella bloggar, medelstora och små företag. Utöver detta skapar jag marknadsföringsmaterial för tryck och webb, samt strukturerar och förbättrar små företags innehållsstrategier, SEO och informationsarkitektur. Jag hjälper även till att skapa och publicera hemsidor med WordPress.

Företagare har oftast många saker som måste göras och att hålla sina digitala kanaler och marknadsföring aktuell och kontinuerlig är oftast inte högsta prioritet. Långsiktigt är detta tyvärr skadligt för ditt företag, därför vill jag hjälpa dig.

Som utbildad webbdesigner, kunskap inom webbredaktion och kurser inom retorik vet jag hur du ska göra för att bevara och utveckla relationer till din målgrupp. Oavsett om du är inriktad på sälj, information eller andra områden.

Vad kan vi göra?

Design och kommunikation är ett brett område, här är några delar vi kan arbeta med.

- 1) Skriva artiklar till hemsidan.
- 2) Skapa anpassade mejllistor.
- 3) Förbättra er placering i sökmotorerna.
- 4) Skapa eller uppdatera er visuella identitet.
- 5) Ta fram layoutmallar och innehållsbanker.

I denna portfolio hittar du exempel på tidigare arbeten jag har gjort inom design och kommunikation.

Kontakt

Du når mig bäst via E-post,
hej@designcom.se

VEM ÄR JAG?

Efter examen 2016 från webbdesignprogrammet på Högskolan i Halmstad återvände jag till Karlskrona och har sedan, genom olika anställningar, arbetat med design och kommunikation.

Just nu vidareutbildar jag mig till webbredaktör på Högskolan i Borås och frilansar via mitt företag, DesignCom Sverige.

Via företaget har jag haft möjlighet att arbetat med design och kommunikation inom olika branscher och nischer som exempelvis handel, ekonomi, djur och turism. Tack vare detta vet jag hur olika branscher behöver jobba för att nå just deras perfekta målgrupp, oavsett om det är via tryck eller digitala kanaler.

På fritiden håller jag på med affiliatesidor, fotar och redigerar naturbilder till min Instagram, [@designcom_swe](https://www.instagram.com/designcom_swe). Utöver detta spenderar jag tid på börsen och grottar ner mig i personlig utveckling samt i olika problemlösningar, som sudoku, men även olika kreativa projekt.

DesignCom Sverige skapades för att avlasta dig, och minska din stress när du har för mycket att göra.

Du får hjälp med det mesta inom design och kommunikation.



FRILANSANDE WEBBREDAKTÖR | DesignCom Sverige

2022

Jag frilansar inom design och kommunikation. Arbetet utgår ifrån dina behov, både korta och långa projekt. Du som mindre egenföretagare kan få hjälp med det mesta inom design och kommunikation. Vet du vart du vill, men inte hur du kommer dit? Ingen fara, vi kommer på det tillsammans.

WEBB- & MARKNAD | KP Syd Karlskrona

2018-2021

Skapade och distribuerade marknadsmaterial via tryck och webb. Utveckling samt underhåll av e-butiken via Magento. Skyddsombud samt FR2000-kordinator.

IT-PEDAGOG | Wallbergskolan i Halmstad

2016-2017

Projektanställning. Planerade Elevens val-lektioner för mellanstadieelever inom Youtube, videoredigeringsprogram, uppladdningar samt risker med internet.

KOMPETENSER

- Svenska, Engelska
- Photoshop, Illustrator, Indesign, Premiere, After effects
- Wordpress, JS, CSS, HTML, Sociala medier
- Typografi, Grafisk design, Digital Marknadsföring
- B-körkort
- Marknadsansvarig för Halmstads studentpub (2014).
- Certifikat
 - Google Digital Marknadsföring
 - EFSET (CEFR B2)

WEBBREDAKTÖR | Högskolan i Borås

2021-2024

Kandidatprogrammet Webbredaktör. Textproduktion, SEO, kommunikation samt grafisk formgivning och layout.

WEBBDESIGN | Högskolan i Halmstad

2013-2016

Avlagd högskoleexamen inom webbdesign, inriktning frontend. Kunskaper inom bl.a. projektledning, programmering samt grafisk design. Engelskkunskaperna blev mycket goda då utbildningsmaterialet var på engelska.

MUSIK | Törnströmska gymnasiet, Karlskrona

2010-2013

Gymnasieutbildning med inriktning Estet/Musik som utökad program med extrakurser på en högre nivå. Ex. Matematik C och Svenska C.

KONTAKT

E-post
hej@designcom.se

Mobil
0760 - 28 26 00

Hemsida
www.designcom.se

SOCIALA MEDIER

Instagram
[@designcom_swe](https://www.instagram.com/designcom_swe)

LinkedIn
[@lisapetersson](https://www.linkedin.com/in/lisapetersson)

Behancé
[@lisapetersson](https://www.behance.net/lisapetersson)

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 NORDIC DESIGN SWEDEN | Grafisk Profil 2022

1

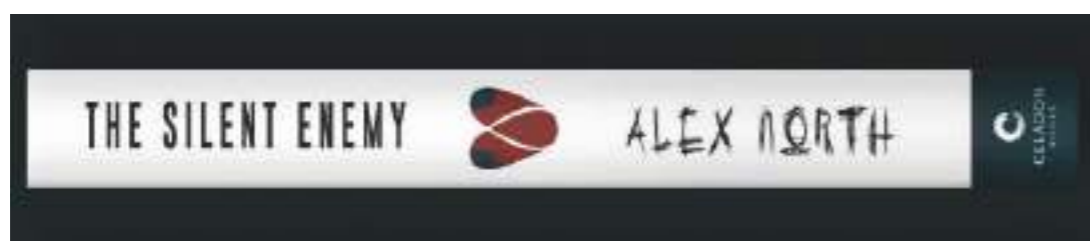


2 NORDIC DESIGN SWEDEN | Uppslag till Broschyr 2022

2



3 THE SILENT ENEMY | Bokomslag 2022



4 FÖRÄNDRING AV KÖNSROLLER | Typografi & Läsbarhet 2022

"Många är rädda för att könsrollerna ska ändras"

Många har upprörts och engagerats över DN.se:s artikelserie om ordet hen. "Många är rädda för att könsrollerna ska ändras", säger Jorunn Friis Reset som skriver en master-uppsats vid Stockholms universitet om orden hen och snippa.

5 PUBLICERADE ARTIKLAR | Frilansartiklar 2022



Syfte

Projektet gick ut på att ta fram en enklare grafisk profil till Nordic Design Sweden som arbetar med att sälja socialt och ekologiskt hållbara barnkläder.

(Projektet är ett fiktivt skolarbete med förbestämt tema, hållbarhet.)

Projektbeskrivning

Nordic Design Sweden är ett fiktivt företag vars mål var att ha en grafisk profil som passar deras vision, att motarbeta barnarbete i fattigare länder samt erbjuda ekologiska barnkläder till lägre priser.

Den grafiska profilen skulle symbolisera deras sociala och ekologiska grundtanke. Därför hämtades mycket inspiration från naturen, både gällande färgval, men även i kombinationen av typografin samt illustrationerna.

Deras unga målgrupp var en stor anledning till de mer lekfulla och förneklade illustrationerna och bildvalen.

Programtillämpning

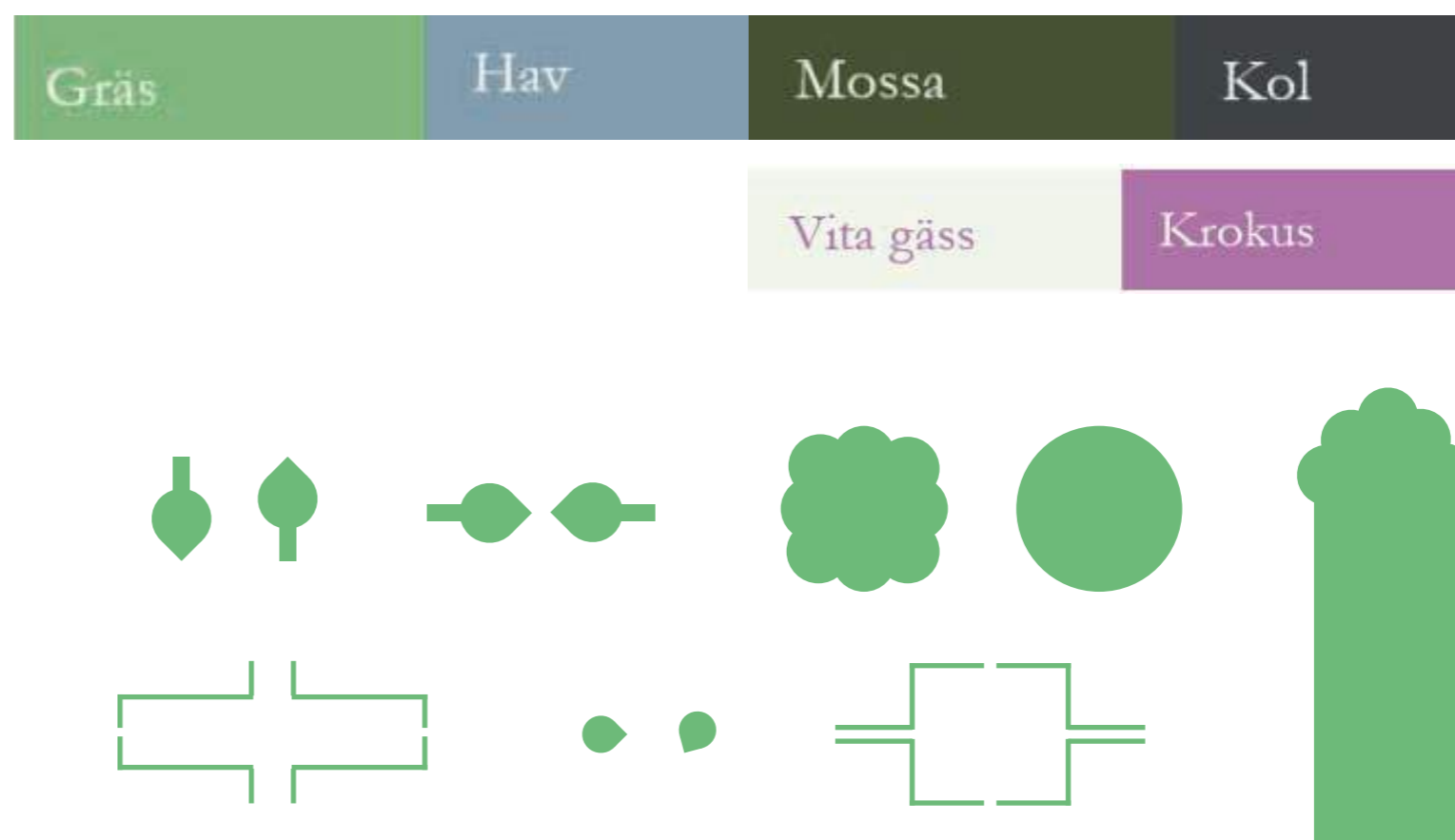
- Photoshop - Bildredigering.
- Illustrator - Grafik.
- Indesign - Sammansättning av den grafiska profilen.
- Canva - Mood board.

ND NORDIC DESIGN
SWEDEN

ND
NORDIC DESIGN
SWEDEN

ND

ND



FUTURA PT EXTRA BOLD ANVÄNDS TILL HUVUDRUBRIKER

GARAMOND REGULAR ANVÄNDS TILL INGRESS & BRÖDTEXT

FUTURA PT HEAVY OBLIQUE ANVÄNDS TILL CITAT

**GRÄS**

RGB 106, 184, 118
 CMYK 62, 01, 67, 00
 HEX #6AB876

MOSSA

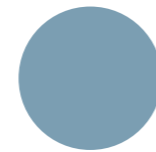
RGB 61, 75, 36
 CMYK 72, 47, 93, 50
 HEX #3D4B23

VITA GÄSS

RGB 240, 246, 235
 CMYK 08, 00, 11, 00
 HEX #EFF6EA

KOL

RGB 53, 59, 62
 CMYK 75, 58, 53, 58
 HEX #343B3E

**HAV**

RGB 199, 155, 175
 CMYK 57, 28, 23, 05
 HEX #789BAF

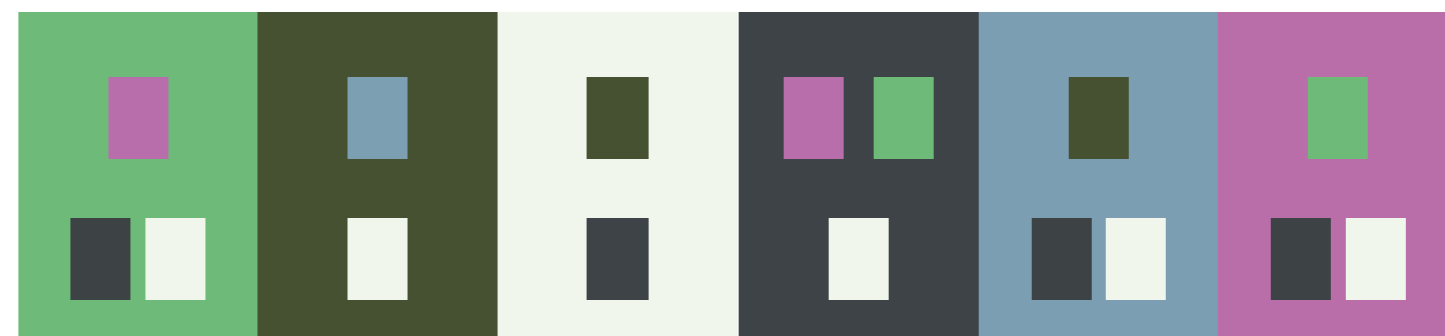
**KROKUS**

RGB 183, 106, 168
 CMYK 32, 68, 00, 00
 HEX #B86ACC

Färgsystem

För att kunna hålla nere tryckkostnader och minska miljöpåverkan var maxgränsen av färgerna företaget ville använda 5 stycken.

Färgvalen var inspirerade från naturen och fick därför namn som relaterade till inspirationskällan.



*Symboliserar de olika färgkombinationerna som ger bäst kontrast och kan användas i kommunikationsmaterial.

FUTURA PT EXTRA BOLD• ANVÄNDS TILL HUVUDRUBRIKER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&*!?

GARAMOND REGULAR• ANVÄNDS TILL INGRESS & BRÖDTEXT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!@#\$%&*!?

FUTURA PT HEAVY OBLIQUE• ANVÄNDS TILL CITAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&*!?

Typsnitt

Syftet med typografivalet var att skapa en ordentlig kontrast mellan de olika typografiska elementen för att underlätta för läsaren att orientera sig samt en kontrast mot de blekare och "utspädda" färgerna.

	Huvudrubrik	Mellanrubriker	Ingress	Brödtext	Bildtext
Fontfamilj	Futura PT	Futura PT	Futura PT	Garamond	Garamond
Teckensnittsvariant	Extra bold	Extra bold	<i>Medium Oblique</i>	Regular	<i>Italic</i>
Typgrad	40pt	18pt / 14pt	16pt	10pt	8pt
Radavstånd	38pt	18pt / 16pt	18pt	12pt	10pt
Färg	Vita gäss	Kol	Vita gäss	Kol / Krokus	Kol

Logotyper och Företagsmärke

För att belysa den ekologiska hållbarheten i varumärket symboliserar teckensnittsvarianten bold trädstammar som ska upplevas bastanta och förmedla en trygghet.

teckensnittsvarianten light valdes för att balansera den bastanta känslan, men även för att symbolisera barns frihet.

För att skapa en bra kontrast mot resterande element ska logotypen aldrig ha någon vattenfärg eller annan textur på sig. Men däremot kan logotypen placeras ovanpå en bakgrund med textur.

Företagsmärket är uppbyggt av de första bokstäverna i företagets namn, NDS, och layouten på bokstäverna ska symbolisera att alla delar av naturen är förgrenade med varandra, likaså företagets CSR-arbete.

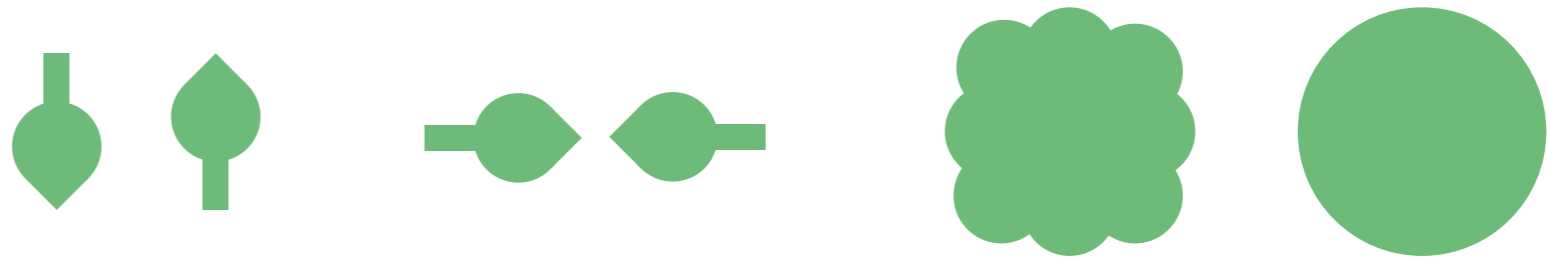


Slogan

Företagets slogan *“Hållbart för barn, men inte av barn”* syftar på att förmedla deras CSR-arbete. Att alla deras kläder är framtagna för barn, men att inga barn har varit involverade i produktions- och leveranskedjan.

“Hållbart för barn, men inte av barn”

ND NORDIC DESIGN
SWEDEN

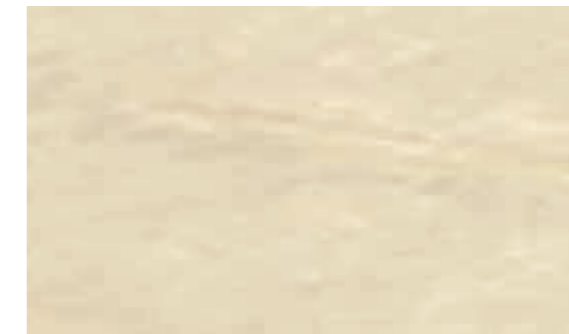
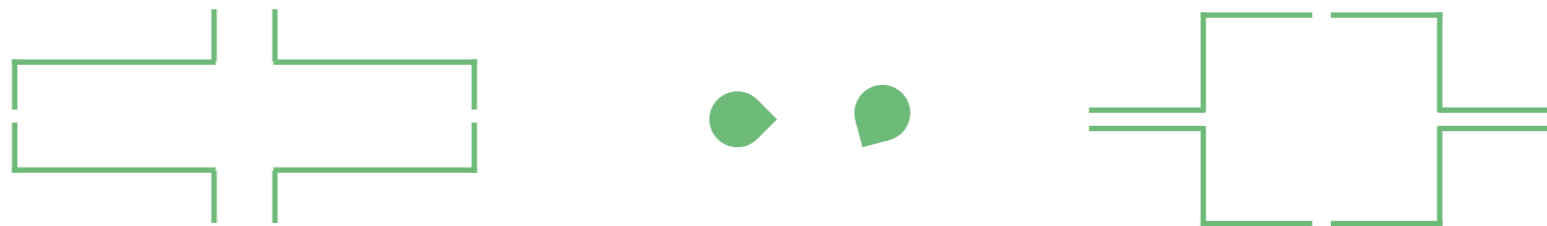


Grafik & Illustrationer

Texturen på illustrationer och bakgrunder ska påminna om vattenfärg, genom de olika nyanserna och ojämna kanterna på färgerna.

Tryckmaterial trycks på brunt bambupapper med högt fiberinnehåll, vilket ger en strävare och naturligare känsla.

Illustrationerna symboliserade olika naturelement och användes för att uppmärksamma specifika delar i företagets tryckmaterial, samt separera övrig information från brödtexten, exempelvis statistik eller citat.



*Symboliserar den fiberrika pappersstrukturen till broschyren.



*Symboliserar vattenfärgs texturen till broschyren.

Bilder

Bilderna ska genom sin visuella ton bidra till att förstärka företagets vision.

Detta görs genom att hålla en varmt ton med en känsla av harmoni, trygghet och lekfullhet.



UTGÅNGSPUNKTER | Nyckelord

- ⊗ Naturligt
- ⊗ Textur från naturen
- ⊗ Vattenfärg
- ⊗ Harmoniskt
- ⊗ Trygghet
- ⊗ Mjuka färger

Genom nyckelorden som togs fram skapades en modbord som tillämpades som inspiration och vägledning under arbetets gång.

MOOD BOARD | Intryck och Känslor



Syfte

Syftet med uppslaget är att informera köparna om hur företaget arbetar med sitt CSR-arbete.

Projektbeskrivning

Broschyren utgick från en färdig grafisk profil (se projekt 1). Problematiken var att företaget ville förmedla sitt CSR-arbete på ett professionellt sätt, utan att tappa sin kärnidentitet, som är riktad till barnfamiljer.

Genom att balansera en levande läsrytm med lekfull grafik och välplanerad typografi med strukturerade spalter skapade jag ett informativt och professionellt broschyruppslag som belyser företagets CSR-arbete, som samtidigt bevarar deras familjära och ungdomliga känsla.

Format

Liggande A3 (ett helt uppslag)

Programtillämpning

- Photoshop - Bildredigering.
- Illustrator - Illustrationer/Grafik.
- Indesign - Sammansättning av uppslag.
- Word - Skrivande av texter.
- Canva - Mood board.

HÅLLBART FÖR BARN, MEN INTE AV BARN

Kläder ska vara både socialt och ekologiskt hållbara. Därför arbetar vi på Nordic Design Sweden med att producera ekologiskt hållbara kläder för barn, men inte av barn. Vi värnar om både människor och natur för att skapa en hållbar planet.

ND NORDIC DESIGN SWEDEN

Vi tar vårt ansvar

För oss på Nordic Design Sweden är CSR-arbetet viktigare än omsättningen. Vi ser en **hälsosammare planet** och **tryggare barn** som den största vinsten. Därför skapar vi **ekologiskt och socialt hållbara** barnkläder helt utan barnens deltagande!

Rättigheter saknar barnperspektiv

Idag är miljontals barn tätt länkade till klädproduktionen för internationella företag. Trots detta är breda initiativ och strategier för att **stärka barnens rättigheter** lågt prioriterat. Detta vill vi vara med att ändra på! Därför är vi själva involverade i hela kedjan, från **produktion till leverans**. Har du någon gång funderat på varför vissa företag har en hög sekretessnivå?

Transparens är vårt ledord

Vi på Nordic Design Sweden tror på **transparens** eftersom vi inte har något att dölja. Våra **ärliga** och **offentliga CSR-revisioner** gör dig säker på att dina köp stödjer det vi lovar dig. Du kan ta del av CSR-revisionerna på vår hemsida, www.ndesign.se.

VI TAR VÅRT ANSVAR

RÄTTIGHETER SAKNAR BARN-PERSPEKTIV

TRANSPARENS ÄR VÅRT LEDORD

HÅLLBART FÖR BÅDE MÄNNISKOR OCH NATUR

Hållbart för både människor och natur

Hållbart för barn, men inte av barn är vår slogan, och symboliserar vår vision, att **barnarbete** inom klädindustrin ska **upphöra**, oavsett land. Därför är 100% av våra **samarbetspartners CSR-certifierade**. Genom detta kan vi försäkra dig som kund att ditt köp stödjer det vi påstår att det gör.

Vi strävar efter att **allt material** vi använder och som uppstår i samband med vår produktion ska **leva upp till vår nollvision för koldioxid**. I de få fall detta inte är möjligt ser vi till att bidra med **ordentliga klimatkompenser** i våra andra områden. Förra årets klimatkompensation skedde genom att vi;

- Skänkte 7% av vår omsättning till trädplanteringar.
- Skänkte 2% av vår omsättning till vindkraftsprojektet, Bac Lieu, i Vietnam.
- Började stödja klimatprojektet Mamize Nature Reserve Cookstove Project i Kina.

Välj oss och bidra till en bättre planet

För att vi på Nordic Design Sweden ska uppnå **våra mål** om en social och ekologisk **hållbar planet** kan vi inte stå på egen ben. Vi måste **samarbeta tillsammans** med både människor och organisationer.

Vecka 40 varje år deltar vi i **Miljövänliga veckan** för att uppmuntra konsumenter till sociala och ekologiskt hållbara val. **Fixa, laga, dela & återbruka** är några av de ord som står i fokus.

Klädbyttardagar är eventet som förlänger livet på dina kläder och samtidigt, på ett **hållbart sätt**, uppgraderar din garderob.

Ta med dig **hela och rena kläder** du inte längre behöver. För varje klädesplagg du lämnar in får du en biljett som kan lösas in mot andra kläder. Klädesplagg som inte blir bytta **donerar** vi direkt till **välörenhet** eller **second hand-butiker**. Mer information om eventet hittar du på vår hemsida, www.ndesign.se.

100%	12%	80%	37%
100% av våra samarbetspartners i vår produktion- och leveranskedja är CSR-certifierade.	Förra året skänkte vi 12% av vår omsättning till välörenhetsorganisationer som bidrar till en bättre planet.	80% av klädernas miljöpåverkan kommer från deras produktion. Genom våra produktionsmetoder minskar denna påverkan till 45%.	Våra klädbyttardagar ökar i genomsnitt klädernas livslängd med 37%.

sida 2

sida 3

UTGÅNGSPUNKTER | Nyckelord

- ☉ Naturligt
- ☉ Textur från naturen
- ☉ Vattenfärg
- ☉ Familjärt
- ☉ Harmoniskt
- ☉ Lekfullt
- ☉ Mjuka färger

Nyckelorden som togs fram var kopplade till företagets vision och tillämpades som utgångspunkter till mood boarden som låg till grunden för att visualisera den känsla och tonalitet uppslaget skulle förmedla.

MOOD BOARD | Intryck och Känslor



SKISSER | Utforskande skisser

Skisserna varierade mellan mer traditionella A3 uppslag samt trifold broschyrer.

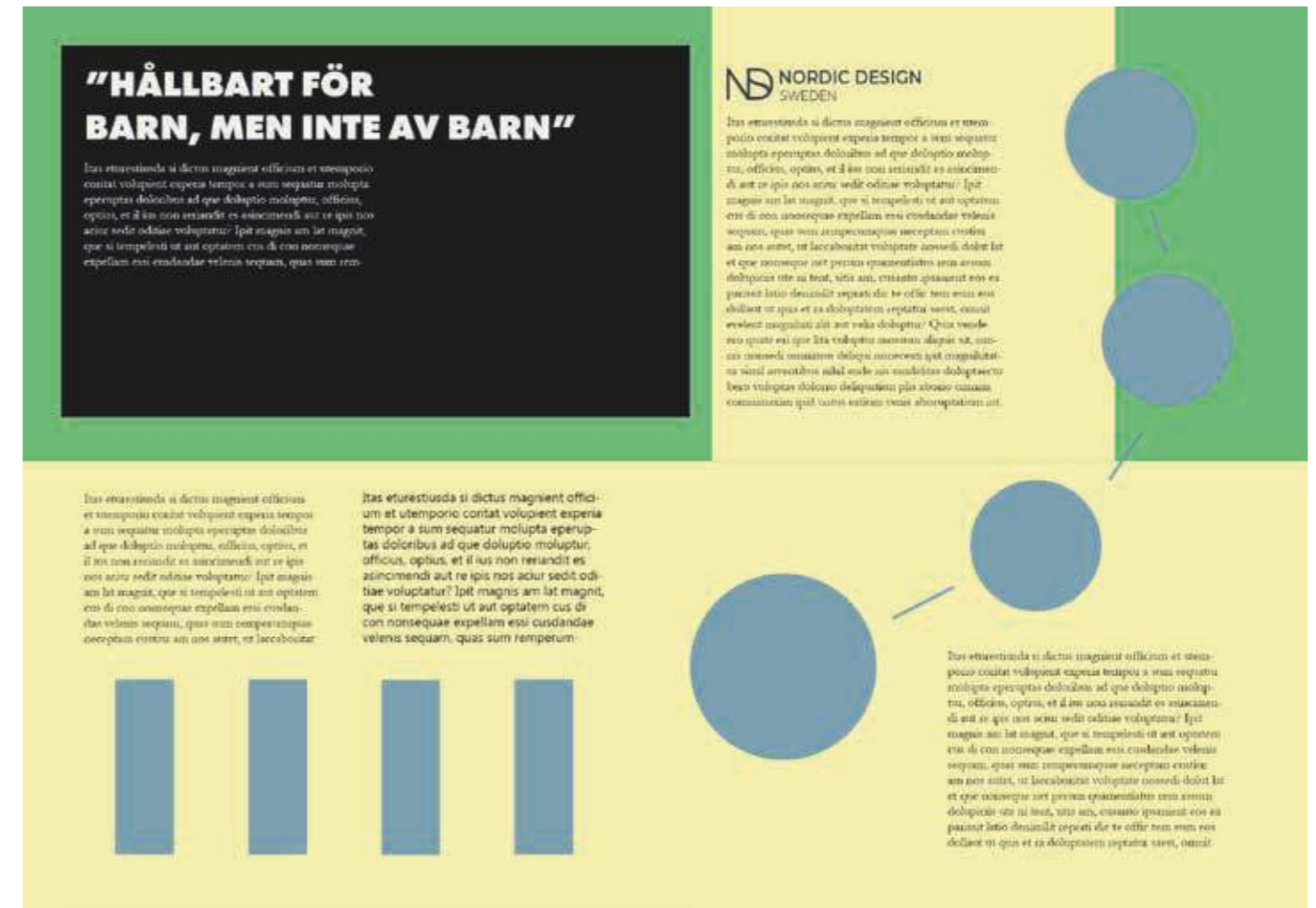
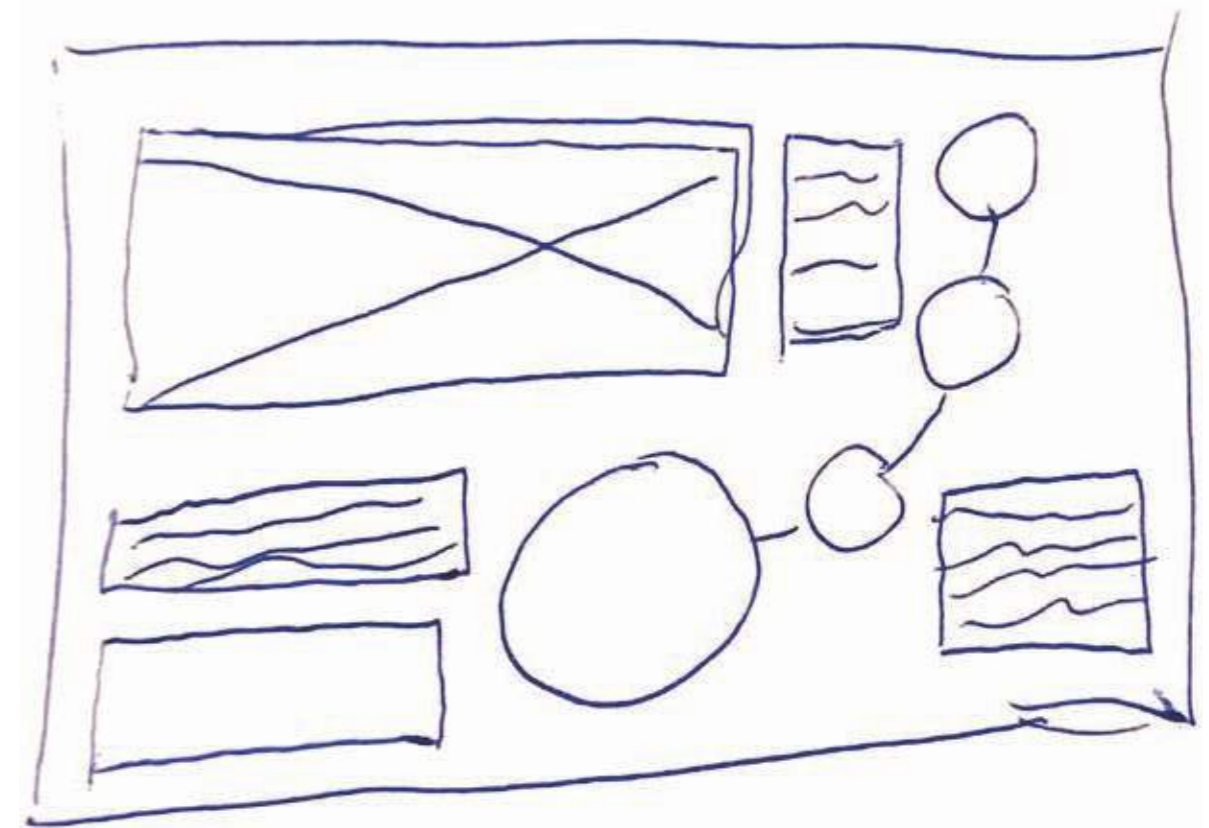
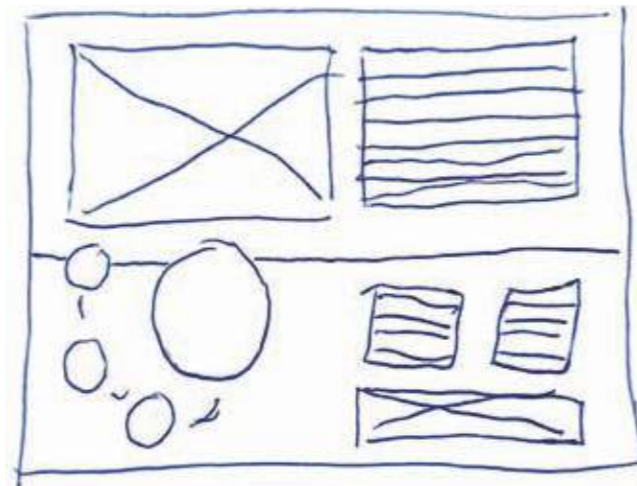
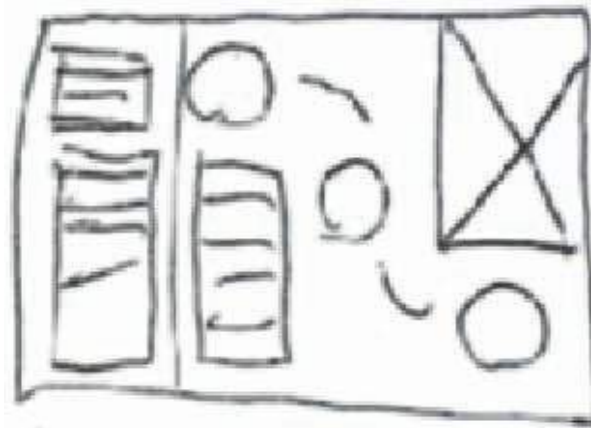
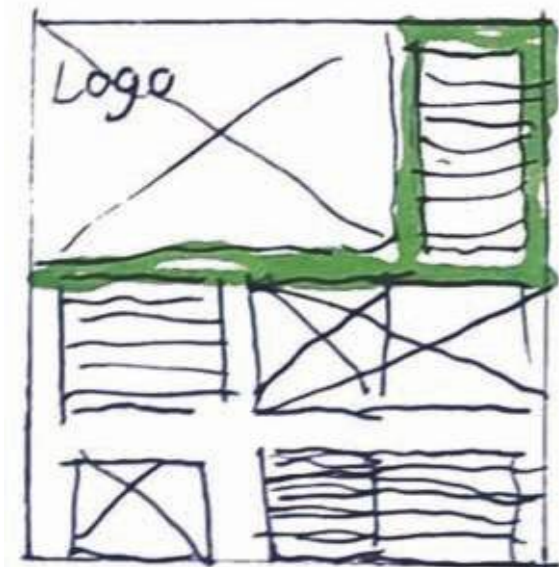
Skisserna på trifold broschyrerna syftade till att utforska mer lekfulla layoutalternativ. Medan de mer traditionella uppslagen var tänkta att kombinera professionalitet med lekfullhet.



SKISSER | Utvalda skisser

Tillslut valdes ett A3 uppslag med en intressant läsritm för att symbolisera hur företaget guidar sina kunder genom köprocessen.

Som ett sista steg arbetade jag med mockups för att kunna visuallisera lösningen på ett mer konkret sätt och se om den utvalda skisslösningen skulle lösa problemet.



Syfte

Projektet gick ut på att skapa ett bokomslag som skulle fungera till nästa utgåva av författaren Alex North.

(Projektet är ett fiktivt skolarbete.)

Projektbeskrivning

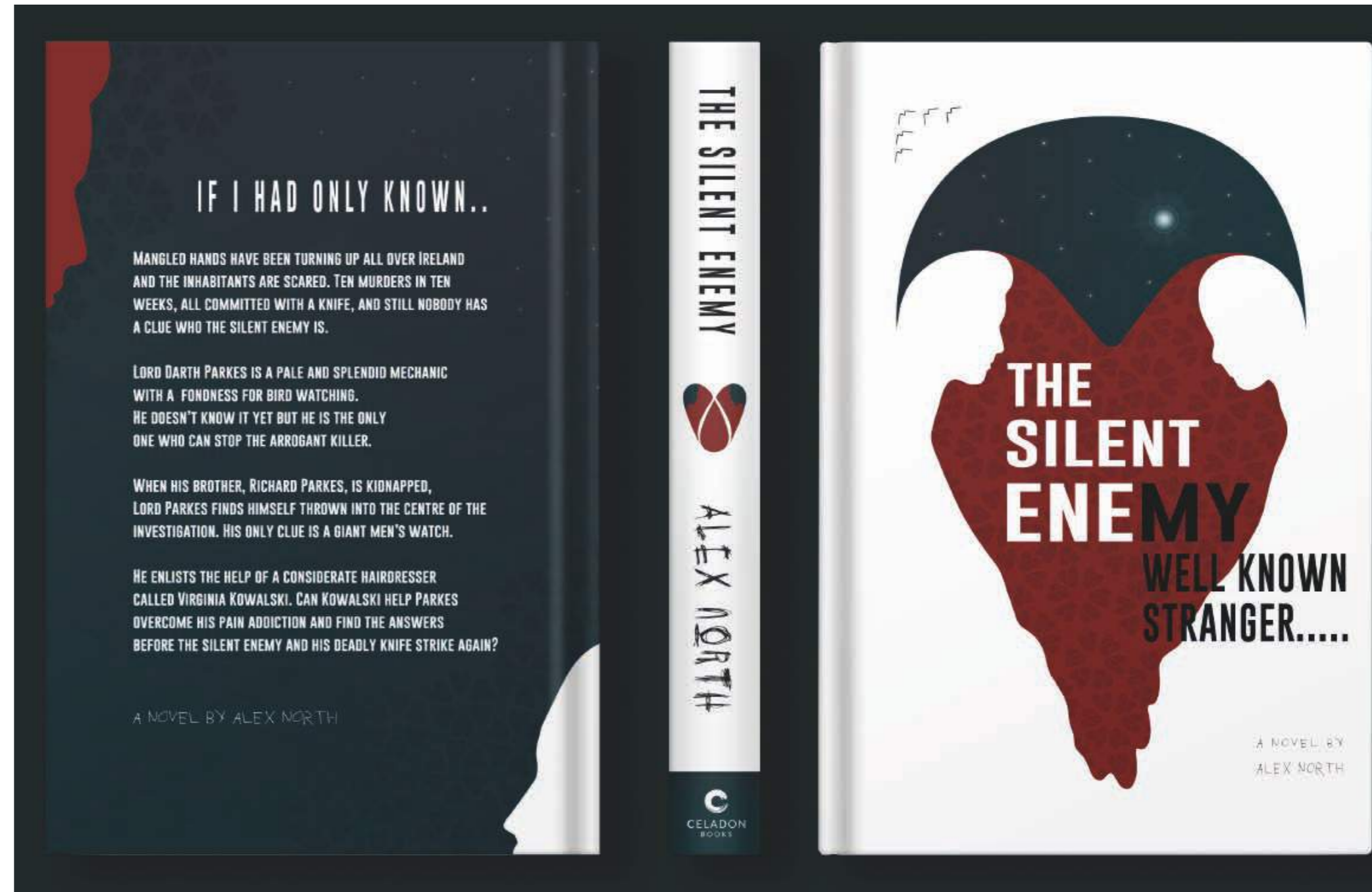
Projektet hämtade inspiration från Alex North tidigare bok, *The Shadows*, men baserades på en ny grafisk profil som jag tog fram.

Designen tillämpade negative space-metoder för att förmedla en mystisk känsla och passa bra ihop med tidigare böcker, då detta är vanligt förekommande hos Alex Norths bokomslag.

Eftersom projektet är fiktivt använde jag en "plot-generator" som gav mig en färdig boksammanfattning, (denna syns på bokens baksida). Därefter tog jag fram material som var lämpad till handlingen och passade in i Alex Norths bokserie.

Programtillämpning

- Illustratör - Grafik.
- Indesign - Sammansättning av den grafiska profilen.



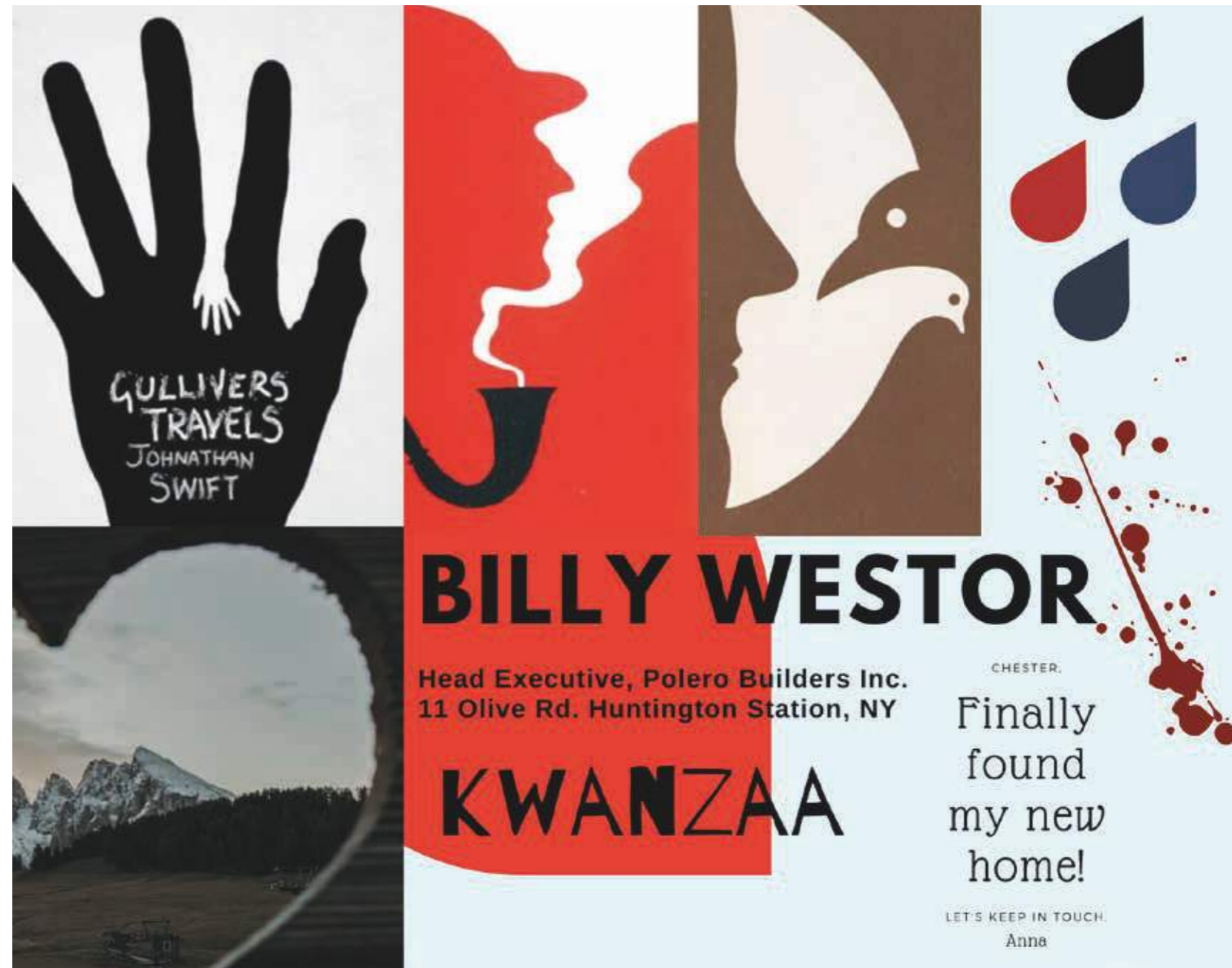
UTGÅNGSPUNKTER | Nyckelord

- ⊗ Mystik
- ⊗ Negative space
- ⊗ Kriminalare
- ⊗ Mord
- ⊗ Blod
- ⊗ Samhörighet

Nyckelorden och mood boarden var starkt kopplade till bokens genre samt författarens stil på tidigare boksomslag.

Mood boarden gav mig möjlighet att utforska olika kombinationer som negative space-metoden kunde tillämpas på.

MOOD BOARD | Intryck och Känslor

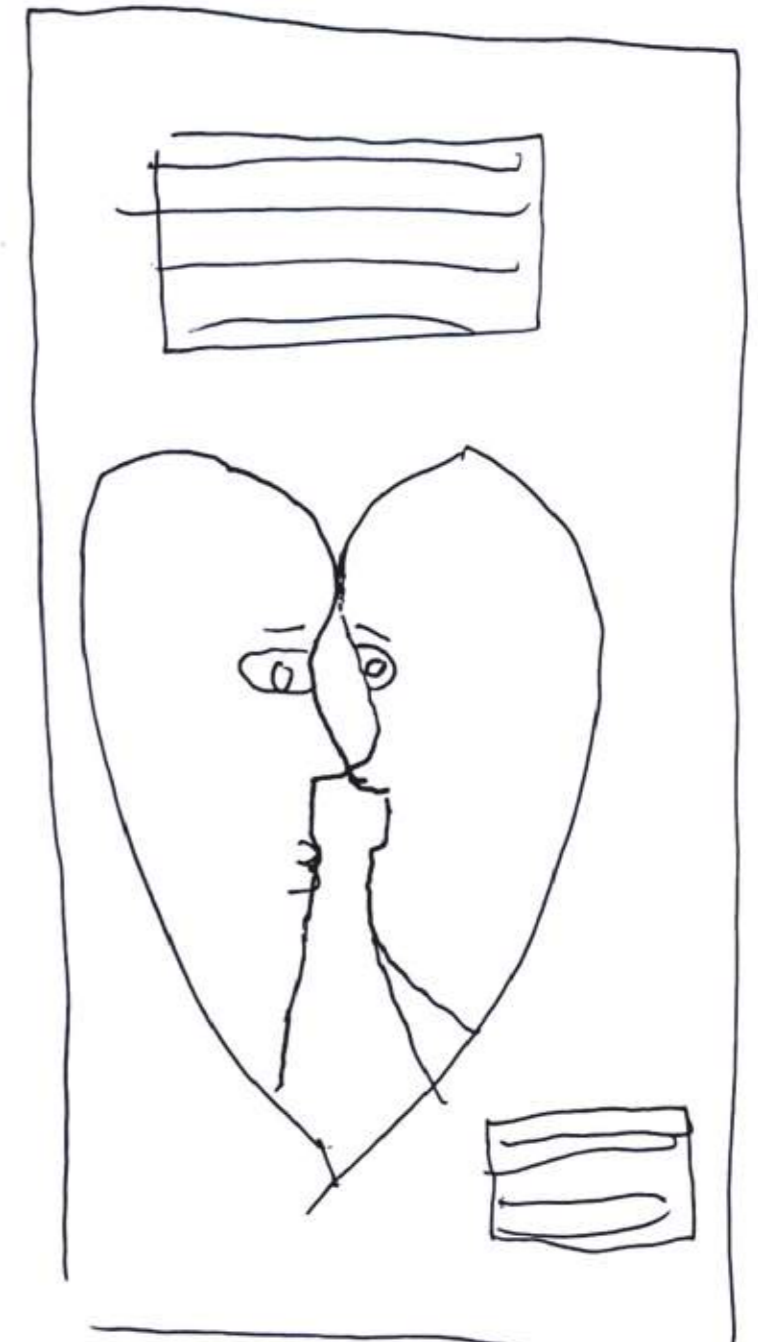
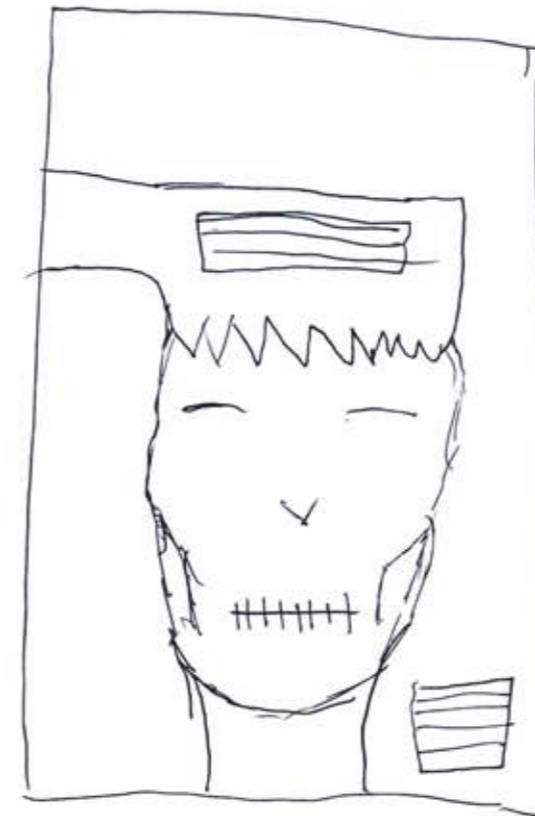
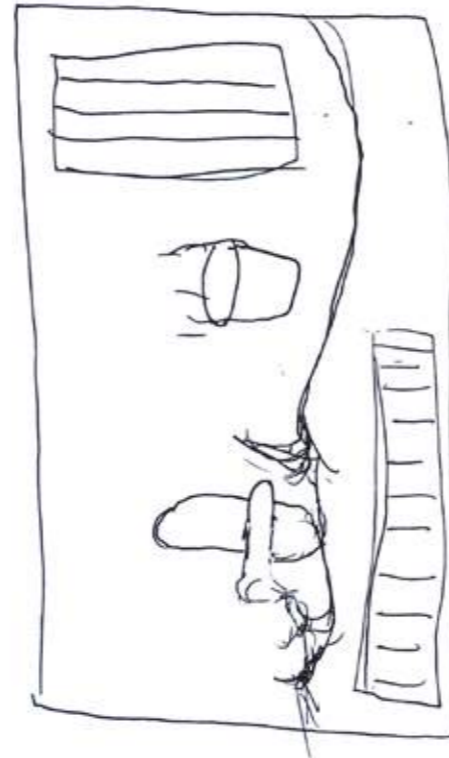


SKISSER | Utforskande skisser

Skisserna utgick från inspirations omslaget och strävade efter att förmedla en mystisk känsla med hjälp av negative space.



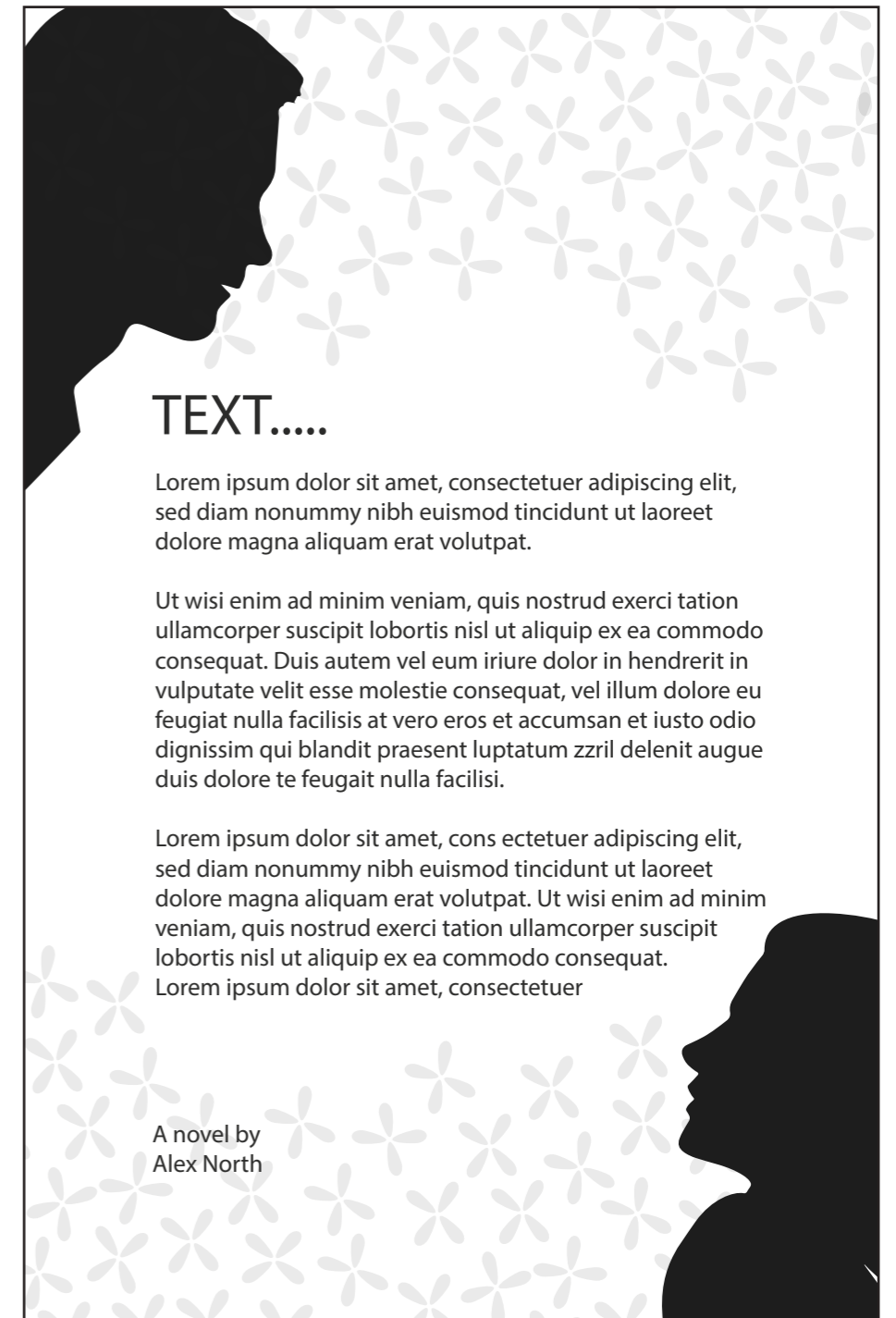
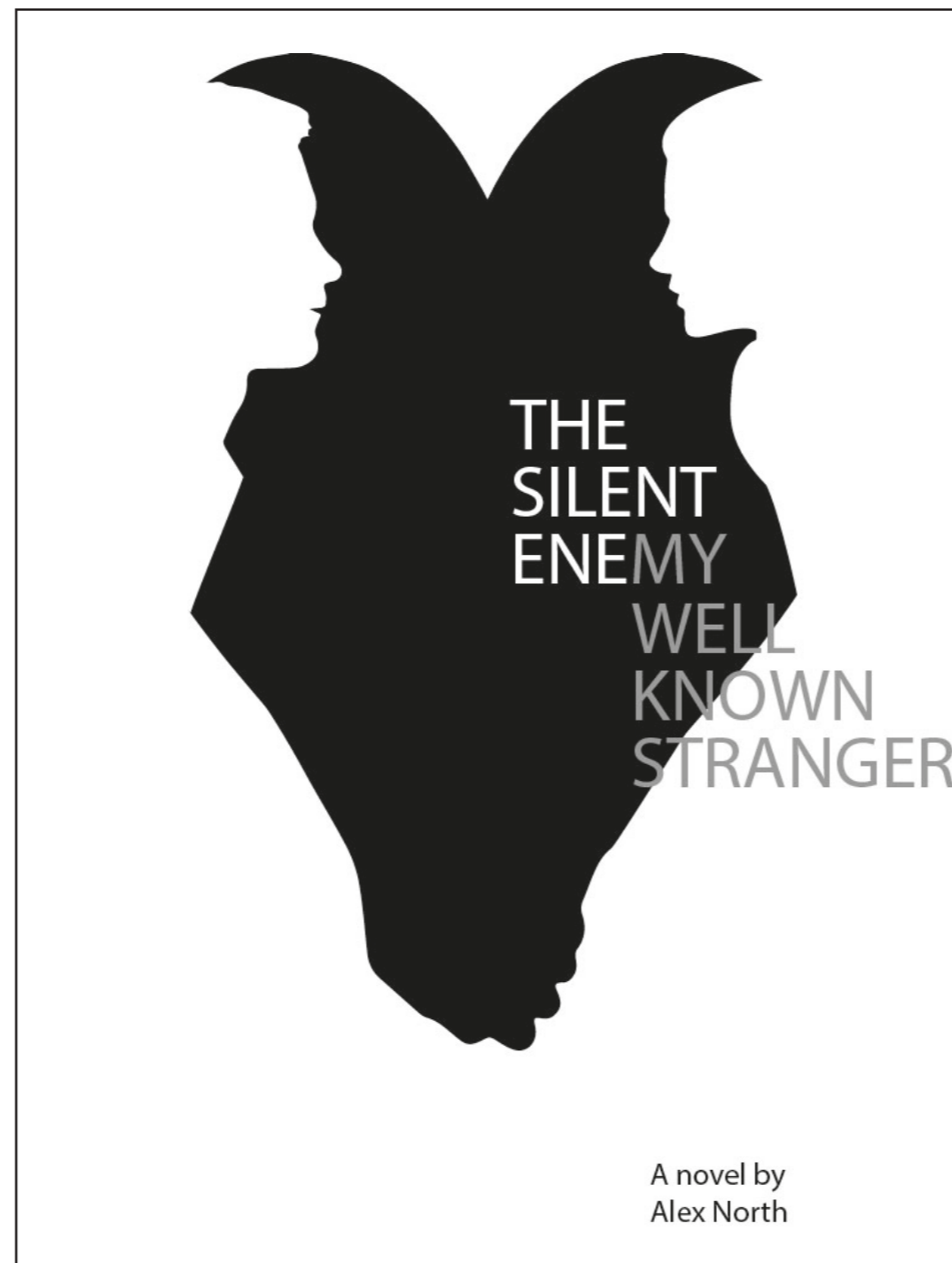
Inspirations omslag



SKISSER | Utvalda skisser

Jag valde att arbeta vidare med skissen som symbolisera ett hjärta som sammanflätar två personer.

Detta ger en samhörighetskänsla och grafiken visualiserar att de två karaktärerna har en stark relation med varandra.



GRAFISK PROFIL | Framtagen identitet

Syftet med logotypen var att hålla typsnittet enkelt för att inte dra bort för mycket uppmärksamhet från illustrationen.

Färgvalen som binder ihop huvudtiteln med undertiteln anspelar på att mördaren och huvudkaraktern känner varandra.

Företagsmärket syftade till att skildra en samhörighet mellan karaktärerna samt morderna som sker. Även att antyda att karaktärerna har någon form av relation till varandra.

Grundfärgerna inspirerades av inspirations omslaget men med annan hierarki och med en blå gradient istället för den mjuka orangea. Även den röda kulören är av en mörkare ton än inspirations omslaget.

Syftet med typsnittet på boktiteln och brödtexten var att hålla det enkelt och lättläst. Till författarnamnet ville jag ha något som stack ut, men som passade kriminalgenren som boken har. Jag ville även särskilja författarens namn från texten som berör själva boken.

Inspirations omslag

LOGOTYP/TITEL



FÖRETAGSMÄRKE / IKON



FÄRGPALETT



SVART
#000000



MJUK ORANGE
GRADIENT
#E07A4D
#D94A4D

TYPOGRAFI

AA

GOBOLD

BOLD

FÖRFATTARE

AA

WALTER TURNCOAT

REGULAR

LOGOTYP/TITEL

Aa

Sinkin Sans

500 Medium

BRÖDTEXT

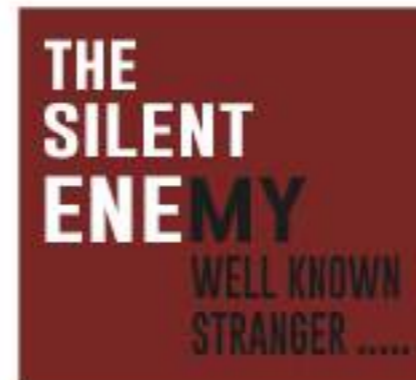
VIT
#FFFFFF



MÖRKROD
#8B0000

Mitt omslag

LOGOTYP/TITEL



FÖRETAGSMÄRKE / IKON



FÄRGPALETT



SVART
#000000



BLÅ
GRADIENT
#0F1B23
#00242A

TYPOGRAFI

AA

GOBOLD

BOLD

LOGOTYP/BOKTITEL/BRÖDTEXT

AA

CRAZY KILLER

REGULAR

FÖRFATTARE



VIT
#FFFFFF



MÖRKROD
#761611

Syfte

Skapa en bra läsbarhet av en nyhetstext som ska tryckas i en papperstidning.

Projektbeskrivning

Min uppgift var att skapa en bra läsbarhet genom att tillämpa kunskaper inom typografi och layout.

Den skrivna texten levererades i en wordfil som jag sedan arbetade med i Adobe Indesign för att skapa en välbalanserad läsoplevelse.

(Innehållet texten består av samt ämnet som förmedlas är inte skrivet av mig.)

Format

A5+

Programtillämpning

Indesign

Word

”Många är rädda för att könsrollerna ska ändras”

Många har upprörts och engagerats över DN.se:s artikelserie om ordet *hen*. ”Många är rädda för att könsrollerna ska ändras”, säger Jorunn Friis Reset som skriver en master-uppsats vid Stockholms universitet om orden *hen* och *snippa*.

I TVÅ ÅR HAR JORUNN FRIIS RESET studerat ämnet i den snart färdiga uppsatsen ”Feministisk språkplanering”. Resultatet visar att orden *ben* och *snippa* har mottagits på helt olika sätt av det svenska samhället.

— Det är en väldigt stor skillnad. *Snippa* har tagits väldigt väl emot, och jag hävdar att det har att göra med att det är ett kvinnligt ord som passar in i tanken om att det finns två kön. *Hen* är könsneutralt och många är rädda för att könsrollerna ska ändras, säger hon.

Protester och kraftigt motstånd

Att orden har tagits emot olika blev tydligt när den genuspedagogiska förskolan Egalia mottog ett paket av den högerextrema gruppen Nor-disk Ungdom. Paketet innehöll två nakna vita dockor som höll i var sin skylt. En med texten ”pojkar har snopp” och den andra med texten ”flickor har snippa”. Ordet *snippa*, som lanserades av RFSU, användes alltså av en högerextrem grupp för att protestera mot ett annat feministiskt ord; *ben*.

Hen rör upp starka känslor

Men hur kommer det sig att ett ord på tre bokstäver kan röra upp så starka känslor? Genusvetaren Janne Bromseth vid Stockholms universitet tror att motståndet mot *ben* bottnar i att vi tvingas se på världen med nya ögon.

— Om man plötsligt ska kalla någon för *ben*, vad händer då med mig? Ska jag kalla mig själv för *ben*? Ordet bryter upp systemet och gör att vi måste ta ställning för något, och vi tycker ofta att det är jobbigt när något förändras.

Kraftigt motstånd från konservativa

Vilka är det som blir mest upprörda över *ben*?

— Det största motståndet kommer från dem som har en mer konservativ syn på vad kön är och på vilka handlingsutrymmen man bör ha. När någon rycker i tvåkönsnormen är det helt naturligt att det möter motstånd hos normen.

”Ordet bryter upp systemet och gör att vi måste ta ställning för något”

— Sedan kommer ideologin in i bilden. Vissa har en ideologisk position som går ut på att de aktivt vill behålla en genusordning som ser ut på ett visst sätt.

Osäker framtid

Vad som nu händer med *ben* är upp till folket att avgöra. Janne Bromseth är inte säker på att ordet lever vidare, men Jorunn Friis Reset tror att den senaste tidens debatt har hjälpt till att etablera ordet.

— Efter att barnboken ”Kivi och monsterhuan” kom ut så befinner sig *ben* på en helt ny arena. Förut var det bara transpersoner och feministiska aktivister som använde ordet, men jag tror att om *ben* fortsätter att synas i sådana här sammanhang och inte bara förknippas med aktivister, så kan det bli en del av språket, säger hon.

Karl Dalén
karl.dalen@dn.se

* Klicka på titeln för att komma direkt till den publicerade artikeln.



www.blekingeliv.se

Blekingeliv är en personlig och ärlig guide om Blekinge. Här får läsarna ta del av lokalbefolkningens guldkorn, mysigaste boendena och prisvärdaste aktiviteterna.

Detta är mitt egna projekt, där jag tar fram innehållsstrategin, gör SEO-analyser, underhåller hemsidan samt skriver artiklar, fotar och redigerar bilder. Hemsidan drivs med Wordpress med page buildern Divi.

Skärva gård - Oasen vid Nättraby

En artikel om Nättrabys egna eko-butik och underbara naturreservat.

[Se alla mina publicerade artiklar på Blekingeliv här.](#)



www.ekonomisajten.com

Ekonomisajten är en webbplats som samlar artiklar som hjälper dig med din privat-ekonomi och/eller företagsekonomi samt information om både bostads- och finansmarknaden.

[Se alla mina publicerade artiklar på Ekonomisajten här.](#)



www.petbud.se

Petbud är en hemsida som ger råd och information om Sveriges vanligaste husdjur, hund, katt och häst. Jag förser dem löpande med artiklar inom det ämne som dem själva önskar.

Här är några exempel på artiklar jag har skrivit åt Petbud.

Hur mycket kan en häst bära?

En redogörelse för olika hästrasers totala bärvikt.

Så får du din hund att dricka mer vatten

7 bra och enkla tips för att säkra hundens vattenintag.

Märgben/Tuggben för hund

En kort guide om allt du behöver veta om att ge hundar tuggben.

[Se alla mina publicerade artiklar på Petbud här.](#)

LISA
PETERSSON
FRILANSANDE
WEBBREDAKTÖR

Tack!

För att du tog dig tiden att läsa min portfolio.

Jag ser framemot att arbeta med dig!

KONTAKT

E-post

hej@designcom.se

Mobil

0760 - 28 26 00

Hemsida

www.designcom.se

SOCIALA MEDIER

Instagram

[@designcom_swe](https://www.instagram.com/designcom_swe)

LinkedIn

[@lisapetersson](https://www.linkedin.com/company/designcom)

Behancé

[@lisapetersson](https://www.behance.net/lisapetersson)

