

Idérig konference

287 idéer. Der er noget at tage fat på for JO-gruppen, der her ridser hovedtendenserne op fra konferencen 'Fremtidens u-landsoplysning og –journalistik' den 11. september 2008 i Landstingssalen på Christiansborg.

287 konkrete forslag og opfordringer fra 220 deltagere.

Det var det imponerende udbytte af konferencen 'Fremtidens u-landsoplysning og –journalistik' den 11. september 2008 i Landstingssalen på Christiansborg.

JO-gruppen, konferencens initiativtager, havde allerede på forhånd defineret fire hovedkategorier – også kaldet verdenshjørner -, som forslagene kunne falde ind under, nemlig UM og erhvervslivet, NGO'erne, Medierne og Uddannelsessektoren.

Først i dette korte sammendrag følger de ændrede vilkår for u-landsoplysningen og –journalistikken. Derefter serveres idéer inden for de fire hovedkategorier. Så følger resultatet af afstemningen om både de mest og de mindst populære forslag på konferencen. Der kommer også flere bud på nye termer for u-lande og oplysning.

Til sidst ridses nogle muligheder for JO-gruppens fortsatte arbejde op.

Ændrede vilkår

Udover at præsentere et overflødigshorn af idéer kom både oplægsholderne på talerstolen og debattører fra salen ind på de ændrede vilkår for u-landsoplysning og journalistik.

Her følger et par hovedtræk fra konferencen:

Mediebilledet har ændret sig, og de nye medieplatforme skal bruges bedre. Gå væk fra blot at tænke i de traditionelle medier, som er under pres for tiden.

Dialog, inddragelse og handling er helt centrale elementer i det nye mediebillede. Skab oplevelser, så folk selv søger oplysninger.

Sats på kultur og rejser til at skabe møder mellem mennesker og interesse for u-landene.

Brug identifikation. Historierne skal handle om rigtige mennesker og ikke være skabelonagtige.

Oplysning opfattes som et noget støvet begreb, der ikke scorer mange point hos ungdommen. Begrebet u-lande er måske også en klods om benet - både for u-landsoplysere og målgrupperne.

U-landsmiljøet skal arbejde sammen.

Hvad skal NGO'erne gøre?

NGO'erne fik særdeles mange idéer på konferencen. Her er et udpluk af de vigtigste:

Samarbejde efterlyses fra mange aktører. Gå sammen om det fælles generelle oplysningsarbejde. Og brug så jeres viden om jeres specifikke bagland til at lave organisationens egen projektoplysning.

Skab et fælles medieproduktionsselskab og lav fælles portaler, evt. et samarbejde med U-landsnyt.dk.

Vær ikke bange for at lægge de kritiske historier frem.

Lad brugerne selv deltage aktivt i oplysningen og debatten (blogs, facebook, etc.). NGO'erne skal turde give slip på styrepinden.

Gå væk fra den ensidige brug af offerhistorier.

Kobl jer på mediedagsordenen i stedet for at prøve at skabe den selv.

Lav et Dagsværk for Ældre.

Hvad med Udenrigsministeriet og erhvervslivet?

Mange deltagere sporede stor interesse i u-landsoplysning fra erhvervslivets side og så store muligheder for samarbejde med rejsebranchen. Udenrigsministeriet (UM) måtte høre meget for nedskæringerne på u-landsoplysningen, men der kom også flere konkrete idéer på bordet.

Her er nogle hovedtræk:

Så åbn dog for kassen, UM! Få u-landsoplysningen op på et niveau, der svarer til Norge og Sveriges. Da det nok ikke foreløbigt sker helt frivilligt, bør u-landsmiljøet lave seriøst lobbyarbejde.

Væk med statsliggørelsen af u-landsoplysningen. UM skal droppe Udvikling og selvproduceret generelt oplysningsarbejde og lægge det sammen med NGO'er og andre i fælles uafhængige produktioner.

Sløjf 2 pct. reglen og forbud mod oplysningspenge til projektorganisationer.

Udskriv konkurrencer om u-lande

Brug virksomhedernes stigende interesse for at integrere sociale og miljømæssige hensyn i deres aktiviteter (Corporate Social Responsibility) til at etablere samarbejder om u-landsoplysning.

Tænk på u-landene som investeringsmulighed og fortæl den type positive historier.

De gode historier ligger i folks indkøb i supermarkederne. Hvordan produceres varerne, og hvad er danske virksomheders ansvar i u-landene?

Samarbejd med rejsebranchen og få relevante u-landshistorier ind på den måde.

Vejen frem i undervisningssektoren

I uddannelsessektoren skal der laves lobbyarbejde for at få de fattige lande på skemaet. Det var et af de klareste budskaber på konferencen. Men børnenes medievaner skal også tages alvorligt.

Her et par hovedtræk fra dagen:

Lobby for at få u-landene ind i skolernes curriculum og lærervejledningerne.

Få folkeskolens u-lands-uge sat på skoleskemaet.

Der skal også laves lobbyarbejde for at få u-landsstof bedre integreret i journalistuddannelserne.

Lad børnene selv være medieproducenter. Og lad dem også definere indholdet. Lav oplysning i børnehøjde.

Tænk i børnenes medievaner og skub u-landsoplysningen ind ad den vej.

Lad børn og unge kommunikere med unge i u-landene via nettet.

Glem ikke de positive historier. Afrika er skønt. Børnene bliver trætte af 'ongobongo'-historierne, hvor børn blot er ofre.

Og medierne?

Både de nye og de gamle medier fik plads på konferencen, og forslagene var talrige til at sikre stof om de fattige lande. Her et par stykker:

Lad være med at tænke for traditionelt i de gamle medier. Brug de nye medieplatforme meget mere aktivt.

Medierne tager ikke historier, fordi de bør interessere sig for området. Historierne skal både være gode og vedkommende.

Der er skurke og helte i både syd og nord, så begge typer historier må frem.

Giv penge til den vedholdende kritiske og uafhængige journalistik, for den har det slemt.

Forklar redaktørerne, hvilke store muligheder u-landshistorierne indeholder.

Gør emnet populært. Større fokus på kombinationen af underholdning og oplysning. Lav docusoap på radio eller tv eller Karlsens kvarter på radio. Eller hvad med Hammerslag i Niger? Eller reality-tv. Brug populærkultur fra Afrika. Mere à la Congo, formoder jeg. Det vil fænge.

Følg en landsby i et u-land, som Guardian har gjort.

Grønt lys fra deltagerne.

Deltagerne fik lov til at stemme på de bedste og dårligste forslag under konferencen. Det skete ved at tildele favoritter eller aversioner grønne eller røde prikker.

Hvilke idéer vil deltagerne på konferencen så helst se sat i søen? Hvad scorer flest grønne prikker? Her følger opgørelsen over de mest populære forslag på konferencen. Kun idéer, der har fået mere end 5 grønne prikker er medtaget.

Vær opmærksom på, at omkring 15 forslag indkom så sent på konferencen, at de aldrig blev hængt op. Derudover er alle mundtlige idéer fra talerstolen og salen heller ikke medtaget.

Desuden er der en del ens kort. Fx ville kortene 'børn til børn formidling' og 'oplysning i børnehøjde' tilsammen score 24 grønne prikker og dermed indtage en 2. plads. Hjælp til at lave oplysning til rejseselskaber med u-landsdestinationer ville på den måde komme op på 17 grønne prikker og en delt 4. plads.

Rækkefølgen er:

- 1: Styrk u-landsnyt.dk (25 grønne)
- 2: Dagsværk for ældre med Ældresagen som partner (20 grønne)
- 3: Brug kulturen som positiv interesseskaber og igangsætter (17 grønne)
- 4: Gør som Guardian. Følg en landsby i Uganda (16 grønne)
- 5: Opret fælles produktionsselskab med fælles magasin, web og produktion af AV-materialer (15 grønne)
- 6: Det offentlige og erhvervslivet skal udskrive konkurrencer og uddele legater om kreative projekter om udvikling (13 grønne)
- 5: Oplysning i børnehøjde. Børnenes egen fortælling (13 grønne)
- 8: Folkeskolernes u-landsuge (13 grønne)
- 9: Udvikling som en del af folkeskolens curriculum (13 grønne, 1 rød)
- 10: Tidsskrifter og website om kulturer i den 3. Verden. To-årigt pilotprojekt om kultur (11 grønne)
- 11: Klimaet – vores globale ansvar. Fælles kampagne i Danmark (11 grønne, 1 rød)
- 12: Videoempowerment og advocacy. Lade målgrupper i syd selv formidle problemstillinger med fx video (10 grønne)
- 13: Børn til børn. Lad børn og unge selv fortælle til hinanden (10 grønne)
- 14: Vis forbrugerne konsekvenserne af vores forbrug i u-landene (10 grønne)
- 15: Karlsens kvarter, udvikling af radio- eller tv-soap (9 grønne)
- 16: Folk i marken med nye medier. Flere NGO'er er rigt repræsenteret i marken. Brug podcast, web-tv, facebook, blogging etc. til at knytte bånd til danskere (9 grønne)
- 17: Mobiliser unge gennem nye medier (9 grønne)

- 18: Sløjf 2 pct. reglen og forbud mod oplysningspenge til projektorganisationer (9 grønne).
- 19: Brug rejsebranchens u-landsdestinationer (9 grønne)
- 20: Støt rejseselskaber med målrettet info om u-lande (8 grønne)
- 21: Dokumenter, at det nytter noget (8 grønne)
- 22: Images of Africa igen (9 grønne, 2 røde)
- 23: Pædagogisk laboratorium (7 grønne)
- 24: Inviter gæster fra Afrika med besøg på danske arbejdspladser (6 grønne)
- 25: Offentligt støttede sæbeoperaer i Danmark (6 grønne)
- 26: Fair handel på globalt plan. Om hvordan varer bliver til (6 grønne)
- 27: Mere populærkultur fra Afrika (6 grønne)
- 28: Inddrag kunst i undervisningen (6 grønne)
- 29: Café Longitude. En storskærm i Kbh. og ditto i Nairobi (6 grønne)
- 30: Fjerne naboer online. Uafhængigt online distributionssystem af Syd-film (6 grønne)

Her hejses stopflaget

Ved at sætte røde prikker på de ophængte forslag, fik deltageren også mulighed for at vise, hvad der ikke er deres livret.

Flest røde prikker gik til Mere maskulinitet i u-landsarbejdet, Kald u-lande for de nye lande, en Hotline for skoleelever og et Kaffemærke til danske skoleelever. Hammerslag i Niger er heller ikke sagen.

Tanken om, at projektrådgivningen skulle være stedet, hvor NGO'er kan søge om vejledning om oplysningsarbejdet får en særdeles blandet modtagelse: 5 grønne og fem røde prikker.

Nye termer

På konferencen efterlyste Jørgen Harboe nye termer for u-lande. Her følger forslagene:

Lad os droppe u-lande og tale om de nye lande.

Udbytningsland i stedet for u-land.

Afhængighedslande, ikke u-lande.

Fremtidsland.

Udveksling i stedet for udvikling.

Kald oplysning for vidensdeling eller videnskrav.

Store udfordringer for JO-gruppen

Mængden af deltagere og idéer har været helt overvældende. 287 alt iberegnet. Hvad skal JO-gruppen stille op med det righoldige materiale fra konferencen?

Udover de helt åbenlyse muligheder for at støtte spændende enkeltprojekter, ligger der også bredere muligheder åbne for JO-gruppen. Her er nogle bud:

Brug pengene frækt, lød nogle af opfordringerne. Det vil sige støtte til lobbyarbejde, kritisk udredningsarbejde, specialkonferencer (fx best practice) og lignende. Dette arbejde kan skabe basis for fx at få flere penge til u-landsoplysning, mere u-landsstof i folkeskolen, mere u-landsdækning i medierne etc.

Støt konkurrencer, fx om et alternativt udtryk for u-lande. Formålet med konferencer er at skabe diskussion om begreberne fattigdom, globalisering og i- og ulande.

Støt den kritiske og uafhængige u-landsjournalistik. Den lider.

Vær med til at etablere et fælles medieproduktionselskab eller en fælles portal om u-lande. Det er der behov for, lyder det fra mange aktører i u-landsmiljøet.

Støt innovative produktioner a la soap operas, Karlsens Kvarter på radioen for at få u-landsoplysningen bredt ud til så stor en målgruppe som muligt.

Støt kultur og rejser.