

Ungdom og media

Elevers fortolkning av annonser for hjelpeorganisasjoner

Jenny Apilia Hodnemyr

Veileder

Ståle Angen Rye

Masteroppgaven er gjennomført som ledd i utdanningen ved Universitetet i Agder og er godkjent som del av denne utdanningen. Denne godkjenningen innebærer ikke at universitetet innestår for de metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.

Innholdsfortegnelse

1.1 Innledning	6
1.2 Problemstilling	7
1.2 Tidligere forskning	9
2 . Teoretisk rammeverk	9
2.1 Bilder av de andre	13
2.1.1 Annengjøring	13
2.1.2 Orientalismediskurs som kilde til de andre	18
2.1.3 Oss og de andre, en identitetsdiskurs	19
2.1.4 representasjon av de andre som legitimering	24
3. Annonser og lidelse	
Hvorfor lidelse selger og hvilken implikasjone dette har for Representasjon av andre.	27
3.1 Annonsebildenes kommunikative rolle	28
3.2 Annonsebilder som representasjon	30
3.3 Annons som kilde til identitetsdiskurs	32

4. Adjø solidaritet	33
En undersøkelse gjort av norske lærebøker med fokus på hva disse formidler om Nord Sør diskurs	
4.1 Forestillinger av Afrika i lærebøkene	35
4.2 Årsaksforklaringer	35
4.3 Holdninger	37
4.4 Solidaritet – et svinnende begrep i skolen ?	38
4.5 Bistand og bistandsorganisasjoners rolle i forhold til skolen	39
5 Fortolkning av de medietekst som bakgrunn for forståelse	41
6 Metode	44
6.1 Fenomenologi	44
6.1.2 Resepsjonsanalyse som vitenskapelig tilnæringsmetode	44
6.3 Innsamling av data	45
6.4 Halvstrukturert intervju	47
6.5 Utvalget	48
6.6 Reliabilitet	49
6.7 Validitet	50
6.8 Annonsene	52
6.8.1 Plan jentekampanje; hvor mye er en jente verdt?	53
6.8.2 Redd barna fadderannonse	55
6.8.3 Røde kors fadderannonse	56

7. Representasjon av funn	57
7.1 Distant suffering	57
7.2.1 Engasjemang	62
7.2.2 Grunnlag for engasjemang	65
7.2.3 Engasjemang og handling	70
7.3 Elevenes forestiling av Afrika	75
7.4 ” Vi” og ” de andre” som identitetsdiskurs	77
7.5 Norges rolle i verden	80
7.6 Kritisk holdning til reklamene	84
7.7 Forventninger til reklamen	
7.8 Hvilken oppfatning har elevene av skolens rolle i forhold til deres fortolkninger	90
7.8.1 Plan jentekampanje	92
7.8.2 Redd Barna fadderannonse	95
7.8.3 Historie	97
8. Konklusjoner	100

Litteratur

1 Inledning

Målinger av ungdommers politiske aktivitet viser dessverre dystre tall. Organisasjoner kan vise til lavere medlemstall samt lav rekrutering generelt. Det er også en lav prosentandel av førstegangsvelgere som benytter seg av stemmeretten. Samtidig viser alternative målinger at ungdommer i stor grad er samfunnsinteresserte og i større grad benytter seg av alternative former for deltagelse. Dette viser seg blant annet å henge sammen med motstridende forestillinger om begrepet politikk kontra samfunnsspørsmål og egen oppfattelse av effekt knyttet til egen deltagelse. (Nilsen 2007)

Hvordan kan skolen være en viktig aktør med tanke på videreutvikle og fremme denne potensielle samfunnsinteressen? I kunnskapsløftet fastslås det tydelig at den norske skolen skal bidra til å skape bevisste samfunnsborgere som aktiv bidrar til samfunnets utvikling på en positiv måte. I samfunnsfaget skal dette realiseres ved å gi elevene ”lysta til å søkje kunnskap om samfunn og kulturar (og slik) skal faget og fremja evna til å diskutere, resonnere og løyse problem i samfunnet.” På fagnivå konkretiseres dette blant annet ved at eleven skal utvikle ”globalt medansvar”. For å realisere slike mål angir lærerplanverket at en av de grunnleggende ferdighetene i samfunnsfag skal være å kunne lese og samle informasjon fra oppslagsverk, aviser og internettt og vurdere innholdet kritisk. Å kunne lese i samfunnsfag innebærer å sette seg inn i, granske, tolke og reflektere over faglige tekster og skjønnlitteratur med stigende vanskelighetsgrad for å oppleve kontakt med andre tider, steder og mennesker. Å kunne lese innebærer samtidig det å behandle og bruke variert informasjon fra bilder, film, tegninger, grafer, tabeller, globus og kart. (Rye ,2008)

Dette er på mange måter en ambisøs målsetning. Hvordan bidrar man til at elever utvikler ”globalt medansvar”. I realiteten og ikke kun i teorien. Vi har et mangfold av medier og rask informasjonsflyt på det globale plan. Dette skaper blant annet utfordringer hvordan man skal integrere hendelser, som ofte foregår langt borte i elevenes hverdag. ”Globalt medansvar” indikerer i seg selv en relasjon til det hendelser som foregår utenfor landegrensen og legger stor vekt på en global bevissthet.

1.1 Problemstilling

Kunnskapsløftet 2005 er sentralt for problemstillingen. For det første, fordi det i kunnskapsløftet fastslåes tydelig at den norske skolen skal bidra til å skape bevisste samfunnsborgere som aktivt bidrar til samfunnets utvikling på en positiv måte. For det andre er et sentralt trekk ved læreplanene i kunnskapsløftet, utviklingen av elevenes kompetanse. Det lokale arbeidet med læreplaner skal nå ta utgangspunkt i nasjonale læreplaner med kompetansemål. Læreplanene er orienterte mot hva elevene skal kunne mestre på ulike trinn, med mål for elevenes kompetanse. Dette er på mange måter et brudd med den tidligere innholdsorienterte læreplantradisjonen fra R94 og L97. Lk06 er innholdsorientert i den forstand at kompetanssemålene er plassert innenfor rammen av skolefag og overgripende hovdområder som samlet beskriver hva fagene handler om. (Utdanningsdirektoratet)

Problemstillingen for dette prosjektet kan relateres til; Internasjonale forhold i samfunnsfaget. Deler av hovedområdet handler om globalisering, fordeling av ressurser og bærekraftig utvikling. Det dreier seg også om Norge sin rolle som internasjonal aktør.

Noen av kompetanssemålene er:

- Definere omgrepet makt og gi døme på korleis makt blir brukt i verdenssamfunnet.
- Forklare omgrepet globalisering og vurdere ulike konsekvenser av globalisering.
- Gi døme på internasjonalt samarbeid og beskrive Norge som internasjonal aktør.
- Gjere greie for årsaker til at somme land er fattige og somme rike og drøfte tiltak for å redusere fattigdom i verda. (Utdanningsdirektoratet)

Jeg ønsker å få kunnskap knyttet til elevenes globale bevissthet samt undervisningens rolle i tilknytning til dette. I dette tilfellet vil det være avgrenset rundt tema knyttet til hjelpeorganisasjoner og deres annonser, konkretisert rundt elevenes erfaringer og fortolkninger rundt reklame for hjelpeorganisasjonene. Disse referer til hendelser eller mennesker langt borte, samtidig som de er aktuelle her hjemme.

Med tanke på profilering og annonsering, formidler disse reklamene også et bilde av andre mennesker og kulturer i den globale verden. De resiser dermed også spørsmål knyttet til holdninger. Hjelpeorganisasjoner og deres arbeid er nært knyttet til bistand. Det er flere holdninger og synspunkter knyttet til bistand og bistandspolitikken i Norge. I dette tilfellet kan man blant annet trekke frem Terje Tvedts kritikk av Care og Tv aksjonen som et eksempel.

Hovedfokuset på denne oppgaven vil ikke være bistand og bistandspolitik. Det vil snarere fungere som en tematisk ramme for å belyse spørsmål blant annet knyttet til elevenes globale bevissthet.

Problemstillingen er dermed;

Hvordan fortolker elever ved videregående, hjelpeorganisasjonenes profilering via media?

Jeg ønsker med denne problemstillingen å finne ut noe om elever og hvordan de bearbeider informasjon i media. I dette tilfellet informasjon knyttet til hjelpeorganisasjoners reklamer. Med bearbeiding sikter jeg til den prosessen knyttet til ungdommers fortolkning av det budskapet eller informasjon som finner sted.

Jeg ønsker mao å finne ut noe om:

- Hvordan undervisningen i samfunnsfaget bidrar til fortolkningen?
- Hvordan relaterer elevene det de lærer i samfunnsfaget til reklamer for hjelpeorganisasjoner?
- Hvordan tar elevene stilling til informasjonen. Tar de avstand fra reklamene, blir de engasjerte av reklamene eller er de likegyldige til dem?
- Om de blir engasjerte, ønsker de å handle og eventuelt på hvilket grunnlag ønsker de å handle?

1.2 Tidligere forskning

Det er ikke tidligere gjort forskning på den eksakte problemstillingen jeg undersøker i denne oppgaven, som er elevens fortolkning av reklamer og annonser for hjelpeorganisasjoner. Jeg finner derimot grunnlag for å relatere min oppgave til blant annet Vettenranta (2004) og hennes studie av ungdommers fortolkning av katastrofenyheter, Gullestad (2007) og hennes studie av norske misjonsbilder i Kamerun, Jakobsen (2008) sin studie av Norsk bistands- og misjonorganisasjoners bilder av Afrika og Tvedt (2003) sin analyse av den norske modellen, som belyser problemstillingen for denne oppgaven. I korte trekk har den tidligere forskningen jeg relaterer til, med unntak av Vettenranta, i større grad fokus på misjonsorganisasjoners og bistandsorganisasjoners identitetsproduksjon gjennom representasjoner av "de andre". Tvedt (2003), Gullestad (2007) og Jakobsen (2008) antyder i sine undersøkelser at representasjonen av "de andre" har betydning for vår egen identitetsproduksjon. Representasjonene av "de andre" antydes i stor grad å være preget av stereotyper. De antyder også at representasjonen av "de andre" er preget av et asymmetrisk maktforhold, hvor "vår" representasjon av "den andre" i stor grad bidrar til å opprettholde den forskjellen misjonsorganisasjonene og bistandsorganisasjonene arbeider for å fjerne.

Gullestad (2007) har gjort en studie av norske misjonsbilder i Kamerun. Publikasjonene av disse misjonsbildene ble gjort i den hensikt å etablere en følelse av ansvar, forpliktelse og engasjement i Europa over for dem som enda ikke hadde hørt Guds ord, og etter hvert overfor de nasjonale søsterkirkene de bidro til å etablere. Disse publikasjonene skulle ideelt sett oppmuntre folk i Norge til å handle, ikke miste motet. Det ble derfor fokusert på det som ble sett på som Afrikas problemer på en måte som gav håp, som gav publikum en følelse at det nyttet å hjelpe, og at det å engjere seg derfor var verdt innsatsen. På denne måten sier disse bildene også noe om dem som "produserte" disse bildene. De illustrerer dermed også en tosidighet som ikke var forutsett. Man kan på mange måter relatere en slik "retorikk" til reklamene for hjelpeorganisasjoner. Deres formål med reklamene, har i likhet med misjonsbildene, den hensikt å skape ansvarsfølelse, empati og handling.

Tvedt (1990) stiller i bilder av "de andre," spørsmål om hvilken bilder av de andre som oppstod i Norge under bistandsepoken. Han peker blant annet på problematikken rundt et begrep som "utviklingsland." om de landene som var ikke industrialiserte og som trengte utviklingshjelp. Dette begrepet bidro til at det ble opprettet et bilde av verden hvor folk og land ikke ble forstått på grunnlag av egen identitet og historie, men ut ifra hva de ikke var, ut i

fra den vestlige målestokken. Han peker i denne sammenhengen på problematikken rundt bistandsrelasjonen som skapte og reproduserte bilder av ”de andre”. Disse bildene mener han har vært med på å prege nordmenns selvforståelse og Norges politikk overfor disse landene i lang tid. Tvedt (2003) peker i sin analyse av den norske modellen på hvordan ”de andre” er blitt til ”de betydningsfulle andre”. Ikke betydningsfulle i seg selv, men betydningsfulle i forhold til hvilken rolle de har i forhold til realisering av Norges identitet som blant annet ”humanitær stormakt”. Gullestad (2007) har i likhet med Tvedt også pekt på en slik kopling av synet på ”oss” og ”de andre” i sin studie av norske misjonsbilder. Hun har gjennom sin studie identifisert en dynamikk, en ond sirkel, i forholdet mellom Europa og Afrika, mellom ”givere” og ”mottagere”. Mellom verdens rike og verdens fattige land. Disse grensene mener hun at reproduseres., Og at denne dynamikken også preger en rekke tverrkulturelle handlinger som blant annet bistand og nødhjelp.

Jeg relaterer også til Gunhild Jakobsen (2008) sin masteroppgave. Verdensbilder og selvbilder: Norsk bistands- og misjonorganisasjoners bilder av Afrika. Hun relaterer blant annet til Tvedt (2003) og Gullestad (2007) i sin oppgave. Kortfattet bygger hennes oppgave på hvilken bilder av Kenya og Etiopia som produseres gjennom tekstene til Norsk luthersk misjonsamband og Norges Røde kors i perioden 1980-1985 og 2000-2005. I likhet med Gullestad (2007) og Tvedt (2003) finner hun at forenklede og stereotypiske bilder formidles gjennom teksten, og danner bestemte negative forestillinger og bilder av den afrikanske befolkningen, men samtidig en forherligelse av de norske organisasjonene og menneskene. Som nevnt innledningsvis antyder disse studiene blant annet at representasjonene av ”de andre” har betydning for vår identitet og selvforståelse. Studiene antyder også at det gjennom representasjonene skapes et asymmetrisk bilde av ”vi” og ”de andre” som i stor grad betegner ”oss” som sterke og ”de andre” som svake. Slik jeg tolker det, antyder også forfatterne av disse studiene, at det foreligger et moralsk ansvar med tanke på representasjonen av ”de andre”, blant annet fordi det i stor grad er ”vi” som har representasjonsmakten. Slik jeg tolker forfatterne av studiene, antyder de langt på vei at man gjennom representasjonen av ”de andre” tar bevisste valg som bidrar til å opprettholde de forskjellene man angivelig arbeider for å fjerne. Med tanke på reklame for hjelpeorganisasjoner er dette interessante studier i forhold til holdninger og selvforståelse som man kanskje ikke er seg selv bevisst.

Vettenranta (2004) sin studie av ungdommers fortolkninger av katastrofenyheter bidrar til å gi et innblikk i hvordan fortolkninger av katastrofenyheter blant annet bidrar til ungdommenes holdninger, engasjement og syn på verden, men også hvordan dette bidrar til å danne en forståelse av seg selv og sin egen identitet og en erkjennelse av landet de bor i i forhold til resten av verden. Vettenranta sin studie er interessant i forhold til hvordan fortolkninger av en medietekst, kan bidra til innblikk til holdninger, engasjement og syn på verden.

I likhet med Vettenranta (2004) tar min studie utgangspunkt i en resepsjonsanalyse av en medietekst. Problemstillingen tar utgangspunkt i hvordan elever på videregående trinnet fortolker utvalgte annonser for hjelpeorganisasjoner. Jeg ønsker gjennom denne problemstillingen å få innblikk til elevenes holdninger, engasjement og syn på verden. Som nevnt i innledningen formidler annonser for hjelpeorganisasjoner bilder av andre mennesker og kulturer. Studiene til Tvedt (1990,2003), Gullestad (2007) og Jakobsen (2008) har, slik jeg tolker det, fokus på identitetsproduksjon gjennom representasjon av ” de andre”. Min undersøkelse vil i større grad undersøke hvordan elevene forholder seg til de bildene eller forestillingene som eksisterer av ”oss” og ” de andre” , i deres fortolkning av annonser for hjelpeorganisasjoner. Undersøkelsen kan dermed også belyse om forestillingene av ” oss” og ” de andre ” har innvirkning på elevenes holdninger, engasjement og syn på verden.

2 Teoretisk rammeverk og perspektiver

"NRKs TV-aksjon speiler ikke først og fremst nasjonens giverglede, derimot journalistikkens absolutte sammenbrudd og verden omskapt til kulisse for Den Gode Intensjon. TV-aksjonene har skapt mektige, men samtidig fordummende stereotyper av verden. År etter år har NRK lagd program hvor ulike lands historie, kultur og politikk er opphevet, ja retusjert, for at de skal kunne presses inn i kampanjefjernsynets todeling av verden, givere og mottakere. TV-aksjonen fortsetter ufortrødent å reprodusere et arkaisk bilde av utviklingsland og av Norges rolle i verden." (Tvedt, 2009)

Kritikken til Tvedt belyser sider ved bistand som den enkelte kanskje ikke reflekterer så lett over. Dette er en kritikk av hvordan man konstruerer et verdensbilde basert på stereotyper, og hvor man ikke tar hensyn til det enkeltes lands historie, kultur og politikk men deler verden mellom utviklingsland og industrialiserte land, mellom mottakere og givere, mellom "vi" og "de andre." Og ikke minst, hvordan TV aksjonen opprettholder og reproduserer disse bildene. Mediene er blant de viktigste grensevaktene for forestillingene folk gjør seg om skiller mellom oss og de andre. (Eide, 2004)

Vi blir daglig eksponert for verdensbildene Tvedt kritiserer blant annet gjennom reklamer, annonser og nettsider for hjelpeorganisasjoner. Samtidig som disse annonsene har en agenda om støtte til deres arbeid, formidler de også i denne prosessen bilder av andre mennesker og kulturer i verden. Hvordan og etter hvilken kriterier vi vurderer andre og deres virkelighet, vurderer vi samtidig oss selv og vår virkelighet og vår egen identitet.

Min problemstilling handler om hvordan elever på videregående trinnet fortolker annonser og nettsider for hjelpeorganisasjoner. Dermed vil min tolkning hovedsakelig være basert på tolkningen av elevenes tolkning av utvalgte annonser for hjelpeorganisasjoner. Dette vil med andre ord innebærer en dobbel hermeneutikk, fordi jeg ut i fra dette fortolker en virkelighet som allerede er fortolket av dem som deltar i den samme virkeligheten (Thagard 1998). Med utgangspunkt i den antagelse om at elevenes tolkning av annonsene i noen grad vil være påvirket av allerede eksisterende tolkninger, finner jeg det derfor hensiktsmessig å se på hvilken bilder og virkelighetsoversettelser som er fremtredende og hva som blir vektlagt med tanke på formidling av virkelighetsbilder og representasjon av *de andre*.

2.1 Bilder av de andre

Våre livssyn og holdninger mot andre, bildene som vi legger vekt på, og ordene vi bruker når vi når vi refererer til dem, har konsekvenser og de er en viktig faktor med tanke på vår kommunikasjon. Christofiani (2004) peker blant annet på forestilling av ” de andre” som forskjellig fra oss, som et sentralt problem angående kommunikasjon mellom mennesker mellom forskjellige kulturer. Forestillingen av ” de andre” bygger på sosial konstruksjoner og mange av disse representasjonene har lang historie. Selv om dette er subjektive konstruksjoner blir de i mange tilfeller fremstilt som virkeligheten av ”de andre.” Jeg vil i dette kapittelet se på hva som preger forestillinger og virkelighetsoversettelsene av ”de andre”, beskrivelse av annengjørings prosesser i sin alminnelighet, det spesielle, eller det som særpreger fremstillingen av de andre, her i bistandssammenheng, er det den systematiseringsprosessen som bidrar til vår fremstilling av de andre.

2.1.1 Annengjøring

Begrepet ” de andre” er ofte en betegnelse på andre mennesker og kulturer utenfor Vesten, eller marginaliserte grupper (Eide 2008). Det er med andre ord et begrep som beskriver en gruppe som er annerledes fra ” oss” eller normen. Annengjøring er en form for sosial kategorisering og er sentral med tanke på hvilken bilder og forestillinger vi gjør oss om andre.

Bourdieu (1998:6) sin definisjon av ”forskjell” (distinction) kan være en kilde til bedre forståelse for utgangspunktet for annethet og annengjøring. I følge Bourdieu er ikke denne forskjellen noe annet enn en ulikhet, eller en kløft, et fremtredende trekk, med andre ord, en relasjonell eiendom som kun eksisterer gjennom forholdet med andre eiendommer.

Videre utdyper han, denne ideen om forskjell, eller avstand, er begynnelsen på forestillingen om rom. Dette betyr et sett av samfungerende posisjoner, som er ytre til hverandre, og i samspill gjennom deres felles ” ansikt”, og felles nærhet (naboskap) eller avstand, på lik linje med relasjoner gjennom orden; slik som over, under og i mellom. Ut i fra denne definisjonen vektlegges ” forskjell” som avstand og relasjonsbetinget egenskap.

Annengjøring er et av redskapene man benytter seg av for å systematisere samfunnet, orientere seg i verden samt finne ut hvem man selv er og hvem andre er, samtidig som den er en følge av denne kategoriseringen. Mer spesifikk er annengjøring en form for sosial

differensiering. Det er en måte å definere og befeste sin egen identitet gjennom stigmatisering av andre. Det er en prosess som innebærer at man både sammenligner seg selv og distanserer seg selv fra andre, samtidig som det er et forsøk på å forstå andre. Konstruksjonen av de andre medfører i mange tilfeller et fravær av de særtrekkene som som er forbundet med oss, samtidig som man fremhever utvalgte kvaliteter eller mangler på kvaliteter hos den andre. (Eide og Simmons i Jakobsen 2008, Eide og Simmons 2005)

Annengjøringer er med andre ord en form for sosial kategorisering.

Sosial kategorisering er et naturlig fenomen og er et systematiseringsmiddel vi benytter seg av for å tilføre mening til, standardisere, kontrollere og definere sin egen verden og ikke minst andres verden. Denne prosessen skaper oppfatninger av våre egne sosiale omgivelsene og kan ha innvirkninger på hvordan vi handler (Stangor 2000).

I følge et kognitivt sosiologisk perspektiv, er det selektive og ekstremt forenklete forestillingene av ” de andre” nødvendige og uungåelige, fordi det er et produkt av den mentale mekanismen som man finner i stimuleringsprosessen. I følge dette perspektivet står vi forsvarsløse mot, partiell, forvrent og instrumentell forestilling av de andre. Dette perspektivet representerer dermed begrensningene med tanke på sosial kategorisering. Andre perspektiver slik som sosial psykologi og retorikk, legger i større grad vekt for muligheter og valg i fremstillinger av andre og ikke kun begrensinger. De stiller blant annet spørsmål ved den kognitive forståelsen av tankeprosessen og forestilling og sår seriøs tvil om det uungåelige av fordommer og stereotypier i denne prosessen. Ut i fra den kognitive forståelsen er det blant annet vanskelig å forklare det faktum at majoriteten av forestillingene av ” de andre” som forskjellig fra oss kanskje er negativt eller positivt overdrevet, ut i fra den tanken om at forestillingene av andre er et resultat av psykologiske mekanismer vi ikke kan unslippe (Cristoffanini 2004).

Cristoffanini (2004) ser det som nødvendig å se på holdninger, tro, fordommer og stereotypier i den bredeste konteksten som forbundet med ideologier. Noe av årsaken til dette ligger i den symbolske konstruksjonen som ofte er forbundet med ideologiske frembringelser og argumenter, med det formål å legitimere dominans, utnyttelse og ulikhet.

En form eller redskap for sosial kategorisering er Stereotypier. Stereotypier kan i utvidet og moderne form betegnes som en form for annengjøring. Denne type systematisering er også en metode man benytter for å forstå samfunnet på. Stangor definerer stereotypier som den oppfatningen man har om hva som kjennetegner en gruppe individer. Stereotypisering blir av

Stangor definert som anvendelsen av disse stereotypiene når vi intraagerer med mennesker fra en gitt sosial gruppe. Forestilling av andre er knyttet til tro og holdninger. Studier av stereotyper og fordommer tilbyr oss noen forklaringer med tanke på hvordan og hvorfor generaliserte bilder av grupper og individer og holdninger og fremtreden knyttet til dem, vedvarer og motsetter seg forandring.

Fordom blir i Oxford dictionary definert som: Dislike or distrust of a person, group, custom etc. That is based on fear or false information rather than on reason or experience, and that influence one's attitude and behavior towards them (Oxford 909 i Christoffanini 2004.

I følge Sosialpsykolog Stangor, tilsvarer ikke fordommer stereotyper. Sterotypien blir i dette tilfellet sett på som en kilde til fordommer. Dette blant annet fordi fordom er en negativ følelse eller en negativ holdning til medlemmene av en gruppe. Fordommer innebærer i motsetning til stereotyper en emosjonell komponent, noe som innebærer at man ikke nødvendigvis er fordomsfull, selv om man benytter stereotyper for å navigere (Stangor 2000 i Jakobsen 2008, Stangor 2000)

I motsetning til et kognitiv perspektiv, som sidestiller kategorisering og stereotyper, ser Allport (i Cristoffanini 2004, i Stangor 2000) på den kognitive prosessen som fundamentalt med tanke på formasjonene til fordommer og stereotyper. Dette fordi vi tenker ved hjelp av kategorier og i denne prosessen. a) Hjernen former grupper og klasser for å lede våre daglige handlinge, b) det assimileres så mye som mulig fra hver gruppe, c) kategoriene gjør det mulig for oss å raskt å kunne identifisere et objekt, d) vi kaller det rent intellektuelle kategorier konsepter, men i all hovedsak er konsepte lagt forbundet med en følelse, for eksempel skole. Jeg liker skolen, e) kategorier kan være mer eller mindre rasjonelle, det første er basert på en kjerne av sanhet, det siste er ikke.

I følge Allport (i Cristoffanini 2004, i stangor 2000) kan man ikke sidestille kategorier og Stereotyper. Kategorier er nødvendige for å forstå virkeligheten og for å skape orden, men de er fleksible og endres. Stereotyper derimot gir oss tilsynelatende en følelse av orden og sikkerhet, men i motsetning til kategorier er de ufleksible og prøver å overføre en spesiell mening over på andre. Et betydningsfullt problem med stereotyper og stereotypisering er deres generaliseringer på ikke- generaliserbart grunnlag. Dette innebærer blant annet at det ikke taes hensyn til de individuelle forskjellene og særegenhetene eller unike ved individet. På denne måten kan de bidra til å gi et inntrykk av av grupper av individer som en ensartet gruppe. Selv om man vet at hvert individ er unik. Stereotyper og stereotypisering bærer med

andre ord med seg forestillinger av andre, og utelater andre måter å se og forstå andre på. Samtidig som sosial kategoisering kan være et nyttig redskap for å systematisere samfunnet, skaper den blant annet utfordringer med tanke på genralisering og likeverd gjennom denne kategoriseringen, det er med andre ord en kilde til forenkling. Som det er blitt vist tidligere konstituerer stereotypier en unøyaktig forestilling andre. For det føste, fordi den isolerer spesielle aspekter, fremtredeger, som er fjernet fra deres historiske og kulturelle kontekst og bidrar til at alle individer blir sett på som en sosial gruppe. Cristoffanini (2004) peker blant annet på at studier av stereotypier ikke er interessante i seg selv ut i fra den kognitive prosessen. Han viser blant annet til tidligere forskning, hvor det i større grad blir fokusert på hvordan det kognitive fungerer og verre, hvordan man ikke kan forandre dem, stille spørsmål ved det eller utfordre det. I følge Cristoffanini må stereotypier sees i sammenheng med den historiske og kulturelle konteksten som former og bidrar utviklingen av stereotypier, for at dette skal være av større interesse.

2.1.2 Orientalisme diskursen som en kilde til den andre

Begreper som *andre* og *annengjøring* kan sies å ha lang tradisjon. I boken *orientalismen* er Said (1978) opptatt av hvordan litteraturen som ble til under kolianismen, ofte representerer den koloniale underståtten som mindre verdifull, som mer primitiv, mer emosjonell og derfor ikke rasjonell. Som en følge av dette var han mindre i stand til å betemme egen framtid. Said sin kritikk av orientalismediskursen er blant annet at den skaper nedlatende stereotypier og overser mangfoldet. Said beskriver en skille i den vestlige diskursen mellom oksidenten (vi) og orienten(dem), der de behandles omtrent nedlatende og på andre måter med avstand-fra et opphøyet oksidenten, som utgjør normen. Han ser også på orientalismen som en ideologisk følgevenn av erobring og kolonisering, en måte å legitimere overgrep på. Diskursen passer for krefter som vil regjere over de andre, der nede. Forholdet mellom oksidenten og orienten, i følge Said, er et maktforhold, et typisk herredømme. Det dreier seg om ulike grader av komplisert hegemoni. Orientalismens betydning var at den som måte å kjenne de andre på, ble et førstegangs eksempel på konstruksjon av den andre, det som kan kalles for annengjøring. Og annengjøring blir en form for autoritetsøvelse i tale, skrift og handling, utført av dem som har makt til å framstille og definere. I følge Said ble den andre i orienten ble den andre fremstilt som mindre utviklet enn Vesten. For det første ble despotisk politisk makt sett som et orientalt særtrekk og stilt i kontrast til oksidentens demokrati . For

det andre blir orienten framstilt statisk, som et område uten sosial forandring. Fortiden er mye mer nærværende orienten, mystikken også, troen på skjebnen, låser folk i statiskheten. Orienten er dessuten eksotisk. Tidløsheten rår, mens tiden i moderne forstand hører hjemme i Europa. Vesten blir framstilt som en yngling i bevegelse, mens orienten blir framstilt som barn, med barnets behov for lærig utenfra. For det tredje blir oksidenten og orienten stilt mot hverandre i forhold til moderniseringsprosessen. I Vesten og Europa hersker disiplin og rasjonalitet, mens disse trekkene er fraværende i orienten. Gjennom disse kontrastene blir orienten gjort fjern og ubegripelig.

For Said er annengjøringen i prinsippet flytende, ikke nødvendigvis så fastlagt negativ. Alle skaper sine andre, og ulike ”fortolkningssamfunn” tolker og nytolker kontinuerlig.

Fortolkning er knyttet til politisk og økonomisk makt (Eide 2001).

Jakobsen (2008) understreker også i sin oppgave at annengjøring ikke nødvendigvis trenger å føre til en differensiering av de andre, men kan bidra til kunnskap og forståelse av andre kulturer. Sentralt i Suids kritikk kan blant annet sies å være det statisk hierarkiet, hvor den andre stadig nedvurderes. I følge Eide (2004) kan man fortsatt finne spor av orientalisme diskursssen i forestillingen av de andre. Eide beskriver blant annet hvordan annengjøring av de andre, spesielt med tanke på de andre som refererende til kulturerer, land og mennesker i sør, i stor grad er preget av devaluering og hierarkisering av andres liv. Dette med tanke på at de andre ofte blir talt på vegne av , og ikke på mange måter ikke taler sin egen sak. I sin abstrakthet kan man trekke paralleller til den sørpolitiske ideen om stedfortreder makt. Eksemplifisert av Utviklings- og menneskerettighetsminister Frafjord Johnsens uttalelser i 1999:

Her sitter vi i maktposisjon. Vi må bistå motakerlandene på en slik måte at de selv tar, ja må ta, ansvaret for egen utvikling. Og da kan kanskje vi være talsperson for de fattige, i fattige land (...) Dette vil vi fra regjeringens side arbeide for. (Tvedt 2003)

Et sentralt spørsmål ved re-representasjon av de andre er, hvem som får bidra med meningsbærende informasjon. I mange tilfeller blir de andre beskrevet, og antatte følelser blir viderefremidlet på deres vegne av utenforstående, eksempelvis reportere som er et sentralt område for Eide. Jakobsen (2008) peker også på dette særtrekket ved sine undersøkelser av tekstene fra Røde Kors- magasinet og Utsyn, hvor hun viser til en fornemmelse av at lokalbefolkningens synspunkter og erfaringer ikke verdsettes. Hennes inntrykk er at man

velger å foretrekke de antakelsene man har gjort seg, fremfor å få innsikt i hva de andre tenker og mener.

Eide (2004) beskriver blant annet denne annengjøringskategorien, hvor man i større grad formidler følelser og synspunkter for andre, for ” de andre som ingen. Hun trekker paralleller til Shohat og Stams kategori ” systematisk devaluering av andres liv.” Grunntanken i denne kategorien er blant annet at, usynlig gjøring kan blant annet tolkes som hva slags verdi man skal tillegge individer eller grupper . En sentral tendens er at man setter sin egen virkelighetsforståelse opp mot andres, som en kontrast, hvor man betrakter eller oppfatter sin egen virkelighet som det normsettende og vurderes andres i forhold til mangler av denne.

Dahl (2002) peker i likhet med Eide (2004) på pressens rolle som betydningsfull i representasjonen av ”de andre”. I likhet med Eide ser hun også orientalisme diskursen og denne tradisjonen i å representere ”den andre” på, som gjeldene for nyhetssendingenes fortelling om ”oss” og ” de andre.” Dahl peker blant annet på at representasjonsmakten ligger i de vestlige hender. Hun peker blant annet på at strukturen som tydeliggjør forholdet mellom ”oss” og ”de andre”, også er synlige i den grunnleggende nyhetsproduksjonen. De store byråene har stått for nyhetsstrømmen både fra ”u- land” til ”i- land” og mellom u-land. ” Vi” står dermed for representasjonen av ”oss” og de andre”, mens ”de andre” har en passiv rolle i representasjonen av deres liv.

Et av hovedproblemene ved den strukturelle rammen for nyhetsproduksjonen, er at utvalget av saker har gitt et skjevt bilde av forholdene i u-land. Disse har kommet i nyhetsbilde ettersom hendingene kan knyttes direkte opp mot vestlige interesser. Dahl (2002) peker på at prioriteringer av hvilken nyheter man skal sende, i stor grad er avhengige av seertall. I konkurransen mellom utenriksstoff og innenriksstoff, er innenriksstoff en uslåelig konkurrent. Dahl forklarer dette med at det nære ofte har størst konsekvenser for seerne. Derfor vil prioritering av innenriksstoff være en naturlig følge av ønske om å holde på flest mulig seere. Hun se derfor terskelen for utenriksstoff som urimelig høy, og seerperspektivet, og ikke nyhetsperspektivet vil være i fokus som en følge av dette. Denne prioriteringen av innenriksstoff er med på å bygge opp under synet om at ” de andre” ikke er relevante. Hun mener blant annet at deres manglende plass i nyhetsbilde kan tolkes dithen at det som hender der, ikke har konsekvenser her. ”De andre” fremstår dermed som mindre viktige og er kun av interesse i den grad de kan knyttes til ” oss”. Dahl peker på at den journalistiske praksissene med å finne en norsk kobling til utenriksstoffet tydeliggjør dette. Dette kan bidra til å øke

interessen for en nyhetssak, men praksissen forteller også noe om at ”de andre” først har relevans i sin egenskap av tilknytning til ”oss”. De har i seg selv lav nyhetsverdi.

Strukturen i nyhetsproduksjonen kan blant annet sies å være med å underbygge Shohat og Stams kategori ”systematisk devaluering av andres liv.” Blant annet med tanke på den verdien, eller den manglende verdien ”de andre” har i nyhetsbilde.

Jeere-Malanda (2002) i likhet med Dahl (2002) understreker også betydningen av at vestlige interesser er de interessene som domineres innenfor media, og ser dette som den største årsaken til det feilaktige bildet av Afrika som dominerer. Hun peker blant annet på at med tanke på dekning av Afrika, blir det i liten grad fokusert på positive saker. Dette blant annet fordi det ikke regnes som nyhetsverdi. I stedet fokuseres det i større grad på katastrofenyheter, fordi dette i større grad er saker som vil selge i Europa. Dette er blant annet med på å forsterke Afrika som et kontinent preget av katastrofer, sultkatastrofer og elendighet.

2.1.3 Oss og de andre, en identitetsdiskurs.

Meyer og Simes (1998) beskriver oss og de andre som identitetsdiskurs. Den kan fortelle folk hvem du er ved at de hører til en sosial og kulturell totalitet, enten det skjer bevisst eller ubevisst. Med utgangspunkt i at politikk delevis kan forstås som nasjonsbygging, hvor det i stedet for diffuse kulturelle og språkelige grenser, blir skapt en klar dikotomi mellom oss og de andre. Ut i fra denne dikotomien blir oss kategorien ekskluderende, hvor de andre blir prinsipielt ikke-inkluderbare. Nasjonsbygging henger sammen med identitetsskapning. Identitet betyr å være lik seg selv. For å kunne oppnå dette må det skje en kulturell determinering. Derfor er det nasjonale identitetsprosjektet avhengig av dikotomien oss og de andre. Fordi grensen til ”de andre” blir tendesielt absolutert av politikken, blir det skapt en helhetlig fortelling av ”oss”.

Tvedt (2009) betegner ”de andre” som ”de betydningsfulle andre”. Dette med tanke på den rollen konstruksjonen av ”de andre” har hatt i Norges prosess med å skape sin egen identitet. ”De andre” er i denne prosessen blitt til ”de betydningsfulle andre.” Ikke betydningsfulle i seg selv, men betydningsfulle i den grad de bidrar til å realisere Norges identitet og rolle som giver, fredsmekler og humanitær stormakt på den globale arena.

Gullestad (2007) tolker også i sin studie til en slik betydning av konstruksjonene av ” de andre”. Den europeiske konstruksjonen av ”den andre,” var en nødvendig forutsetning for det europeiske selv. Samtidig som misjonen skapte bestemte bilder av Afrika , skapte den samtidig bestemte bilder av hva det vil si å være norsk. Gjennom begrepene de anvendte for å forstå Afrika, konstruerte misjonærene både vår modernitet og deres tradisjonelle samfunn.

”Forskjellen”, slik som Bourdieu (1998) definerer den, blir dermed vesentlig med tanke på hvordan man representerer ” den andre” og gjennom dette også skaper sin egen forståelse av seg selv og sin egen identitet. Ved å legge vekt på forskjeller er med å forsterke grensen og avstande mellom hva ”vi” ikke er og hva ” de andre er”. Slik som både Gullestad (2007) og Tvedt (1990,2003) beskriver er forskjeller ved representasjoner av de andre vesentlige for å stadfeste vår identitet. Vår identitet blir som følge det motsatte av hva vi representerer som ”den andre”, siden vi naturligvis er forskjellige fra dem. Dermed kan man også se representasjonen av ”de andre” som en viktig faktor med tanke på vår identitet. ” Vi” er derfor avhengige av ” de andre” , slik som Tvedt beskriver det, for å realisere bildet av ”oss”.

Tvedt (1990) stiller i bilder av ” de andre,” spørsmål om hvilken bilder av de andre som oppstod i Norge under bistandsepoken. Han peker blant annet på problematikken rundt et begrep som ”utviklingsland.” om de landene som var ikke industrialiserte og som trengte utviklingshjelp. Dette begrepet bidro til at det ble opprettet et bilde av verden hvor folk og land ikke ble forstått på grunnlag av egen identitet og historie, men ut ifra hva de ikke var, ut i fra den vestlige målestokken. Han peker i denne sammenhengen på problematikken rundt bistandsrelasjonen som skapte og reproduserte bilder av ” de andre”. For Norge er det sørpolitiske feltet sentralt med tanke på våre forestillinger om Norges posisjon og rolle på den globale arena, samtidig som den er sentral med tanke våre forestillinger om verden. Det sørpolitiske feltet ble lansert og iverksatt i bistandsepoken. Dette var en periode da vestlige utviklingsoppfatninger var i ferd med å vinne global dominans da alle OECD-land involverte seg i utviklings- og fredsarbeid globalt og da Vestens teknologiske- økonomiske innflytelse var større enn noen gang. Norge debuterte på denne tiden som statlig forandrings agent i den ikke europeiske verden (Tvedt 2003).

Den norske sørpolitikken bygger i utgangspunktet videre på grunnideen om bistand som eksport av Vestlig kultur, og bistandseksperternes fellesoppgave; å være advokat for den vestlige sivilisasjonens verdier innenfor en kulturdifusjonistisk prosess.

Den ” sivilisatoriske” dimensjonen som en del av de vestlige statenes offisielle begrunnelse for

bistand er gjennom tiden blitt reformulert og endret fra vestliggjøring, til modernisering og til mer kulturnøytrale ord som utvikling og endring. I den senere tid er det blitt lagt vekt på samarbeid og partnerskap. Ordene er reformulert gjennom tiden etter hva som anses som ”korrekt” formulering, eller hva som etter tiden er ”trenden”. Endring av ordene innebærer dermed ikke at den grunnleggende grunntanken om eksport av vestlige verdier som sådan, men heller tanken på å legitimere grunnlaget politikken bygger på. Utviklingshjelp forutsetter en normativ teori om forandring av samfunn. Denne normen er ikke kulturnøytral. Den er basert på oppfatningen om evolusjon skapt av Vestens historie der Vesten er mer framskredne enn afrikanske landsbysamfunn. Disse forestillingene har dominert bistanden (Tvedt 1990).

Selve grunntanken for utviklingshjelp bygger i stor grad på et hierarkisk forhold, mellom de mer utviklede og de mindre utviklede, de som hjelper og de som trenger hjelp, mellom de som kan og de som må lære. Den statiske hierarkiseringen som Said (1978) kritiserer med tanke på representasjonen av ” de andre”, og som man finner tendenser til i bistandsammenheng, kan med tanke på dette feltet sies å ha utgangspunkt i selve grunntanken for utviklingshjelp. Dette netopp fordi det i utgangspunktet bygger på en ide om at noen er mer utviklede enn andre ut i fra et vestelig utgangspunkt. Jakobsen (2008) peker i sin studie på at dette forholdet blir opprettholdt og kommer til uttrykk blant annet gjennom språket og gjennom hvilken diskurs ”vi” og ”de andre” forekommer. Hun ser i sin studie, en sentral tendens til at ”vi” alltid i diskursen framstilles som den sterke og handlekraftige , mens ”de andre” blir fremstilt som hjelpende og trengende. ”De andre” og deres virkelighet fremtilles ofte i et negativt lys og innenfor medynkdiskurssene, mens ”vi” og vår innsats hovedsakelig fremstilles i et positivt lys og innenfor godhetsdiskursen.

Gullestad (2007) viser også til en slik tendens i sin studie av misjonsbilder. Noe av årsaken til at ”de andre” fremstilles innenfor medynkdiskurssene, kan i følge Gullestad sees i sammenheng med publikasjonenes kommunikative rolle. Publikasjonene var informasjonsformidling og hadde som hensikt å etablere en følelse av ansvar, forpliktelse og engasjement i Europa overfor dem som ennå ikke hadde hørt Guds ord. Hensikten var å fokusere på Afrikas problemer på en måte som gav håp, og som gav publikum en følelse av at det nyttet å hjelpe, og at det å engasjere seg var verdt innsatsen. Ideelt sett skulle publikasjonene oppmuntre folk til å handle og ikke få dem til å miste motet. Måten dette budskapet ble formidlet på, betegner Gullestad som Misjonspropaganda: kommunikasjon av informasjon fra misjonsmarken, arrangert på måter som har til hensikt å berøre

mottagerne følelsesmessige og åndelig og dermed få dem til å engasjere seg ved å støtte misjonen.

Gullestad (2007) viser til utfordringen ved ønske om å skape medfølelse uten å skape medynk, og viser til at det som regel ender opp med å skape medynk. ”Stakkars hedninger,” er et historisk begrep som er med på å illustrere denne utfordringen.

Hanna Arendt (i Boltanski 1999) skiller mellom medfølelse (compassion) og medynk, det å syntes synd på (pity). I følge henne ender personer eller institusjoner som ønsker å få frem medfølelse med folk som kategorier, og ikke som individer, uungåelig opp med å lokke frem medynk, stakkarsliggjøring og en følelse av å syntes synd på dem. Medfølelse eller barmhjertighet (compassion) er å bli slått av andres lidelse, som om det var smittsomt. Denne følelsen opphever avstand, men det å syntes synd på (pity) fremkaller avstand. Medfølelse kan ikke instutusjonaliseres, mens den som syntes synd på noen, har som mål å endre verden ved å bygge institusjoner.

Vettenranta (2005) peker på at det innenfor medieforskning har oppstått en ny fagterm, global medlidenhetsdiskurs. Denne globale medlidenhetsdiskursen har oppstått i kjølevannet av verdensomfattende konflikter. Menneskelige lidelser er i mediefokus også i reportasjene om fjerne kriger og kriser. Forbrytelse mot menneskeheten, overgrep og vold mot uskyldige ofre, er kjernen i den globale medlidenhetsdiskursen. De globale katastrofene følges ofte opp av humanitære aksjoner, og disse betraktes som moralsk riktige i kampen for et verdensomfattende demokrati. Boltanski (1999) kaller dette fenomenet for politics of pity. Samtidig med medlidenhetsdiskursen har det oppstått et nytt fenomen medlidenhetsutmattelse. Medlidenhetsutmattelsen sees på som en av årsakene til at mye av den internasjonale nyhetsformidlingen er mislykket. Denne utmattingen sees også som en av årsakene til at publikum ofte blir beskyldt for likgyldighet, flyktig og kortvarig interesse for internasjonale saker. Vettenranta ser også, i likhet med Dahl (2002), på prioritering av nyheter som en følge av seertall. Vettenranta peker på medlidenhetsutmattelsen som en viktig faktor med tanke på at mediene ikke omhandler hendelser og problemer som mediene antar ikke appellerer til publikum. Samtidig understreker også hun at nasjonale og lokale nyheter forskyver internasjonale nyheter bort fra agendaen.

Denne medynk retorikken kan man også finne i reklamer for bistandsorganisasjoner, hvor man ser tendenser til at ” de andre” i stor grad blir omtalt eller kommer innenfor medlidenhetsdiskursen. Redd Barna-Avisa 11/93 gav på lederplass en beskrivelse av bistandsorganisasjonenes informasjonsstrategi: ”1. Skape sjokk, medlidenhet eller dårlig samvittighet for å åpne folks lommebøker (innsamling), 2) Skape kunnskap om, og tillit til, egen organisasjon (tilb.mld), 3) Skape innsikt i forholdet mellom nord og sør, kunnskap om folk i den tredje verden og økt forståelse mellom folkeslag (folkeopplysning) (Gjengitt i Tvedt 2009:159). Medlidenhet står som sentralt virkemiddel for å røre følelsesmessig ved folk. I følge Gullestad (2007:33) kan man med denne tilnærmingen, bidra til stereotypier.

Bruken av medlidenhet har dermed flere følger. Som Gullestad (2007) peker på, kan det bidra til en stakkarsliggjøring av folk og som regel ende opp med å skape medynk. Dermed kan det å fokusere på medlidenhet være med å bidra til å skape avstand. Vettenranta (2005) peker også på at fokusering på medlidenhet kan bidra til avstand, dette som en følge av medlidenhetsutmattelsen som man kan se i sammenheng med medlidenhetsdiskursen. Ved at ” de andre” i stor grad plasseres innenfor medlidenhetsdiskursen, er også med på å bidra til stereotypier.

Mens ”de andre” i stor grad blir omtalt innenfor medlidenhetsdiskursen, blir ” vi” omtalt innenfor godhetsdiskursen. ”Vi” omtales som forandringsagenter som handler ut i fra en ”verdibasert” sør politikk, fremfor en interessebasert politikk. Den verdibaserte politikken handler om å bistå verdens fattigste og arbeide for å fremme universielle verdier, slik som demokrati, likestilling og menneskerettigheter. Hvordan ” Vi” i forhold til ” de andre” blir plassert i diskursen bidrar til å opprettholde et asymmetrisk forhold. Jakobsen (2008) ser blant annet dette på bakgrunn av ” godhetsregimet” og dets retorikk. Tvedt (2009:26) definerer ” godhetsregimet” som et dominant normlegitimerende og normproduserende regime hvor forestillinger og retorikk om godhet regulerer systeminterne relasjoner og gir systemets den grunnleggende eksterne legitimitet. Sentralt med tanke på ”godhetsregimet” er den grunnleggende holdningen til handling eller politikk ut i fra godhetskriteriet eller godhetsprinsippet. Der man anser en handling eller politikk som god, dersom formålet ved handlingen er gjort ut i fra tanken om å gjøre det gode.

2.1.4 Representasjoner av de andre som legitimering.

De forestillingene man gjør av andre, oppstår ikke av seg selv. Christoffanini peker blant annet på at man må se forestillinger av de andre i forhold til det semiotiske systemet som gjør det mulig for oss å forestille andre, nemlig språket. Kategorisering av mennesker er laget prinsipielt gjennom et semiotisk system, språk. Språket gjør det mulig å representere mennesker og grupper av mennesker i forenklete eller forviklede former, på fordomsmessige eller tolerante måter. Said (1978) peker blant annet på at alle skaper sine andre, og ulike ”fortolkningsamfunn” tolker og nytolker kontinuerlig. Denne fortolkningen ser han som knyttet til politisk og økonomisk makt.

Tvedt (2003) beskriver størstedelen av den inneværende U-hjelps historien som et ”sentralt nasjonalt dannelsesprosjekt” i regi av det sørpolitiske systemet. Sentralt rolle for dette systemet er å være forandrings agent i Sør, med den hovedoppgave ”å forandre verden”. Tvedt påpeker at norsk u-hjelp, som er en del av det norske dannelsesprosjektet, like mye er en opplæring av norske samfunnsmedlemmer for å vinne oppslutning i den norske opinionen for utviklingsstrategien til det sørpolitiske systemet. Dette betegner han som et mektig system som med sine store finansielle ressurser, tallrike personell og sterke legitimitet, har filtrert verden for nordmenn i samsvar med deres perspektiver og interesser.

Tvedt (2003) kaller informasjonsstrukturen og informasjonsmekanismene til det sørpolitiske systemet for det Sørpolitiske kommunikasjonsregimet, og viser til det hegemoniske kommunikasjonssystemet de sørpolitiske aktørene konstituerer, og har anledning til å konstituere i kraft av sin sterke posisjon i det norske sivile samfunn og den norske politikken. Han mener man kan snakke om et kommunikasjonsregime, når kommunikasjon innenfor et bestemt område av samfunnet er instusjonalisert over en viss tid, og når kommunikasjonen kretser omkring et sett av begrepsknipper, språklige kategorier og fortolkningsmønstre. Han hevder at det er et strategisk kommunikasjonsregime i motsetning til et annet kommunikasjonsregime som er mindre bevisst sin kommunikative handling. Dette begrunner han blant annet i at ledelsen av det sørpolitiske systemet har til hensikt å etablere et sett av begrepsknipper, språklige kategorier og fortolkningsmønstre for fortolkning av og refleksjon over politiske, sosiale eller ekstensielle erfaringer, og gjør disse tilgjengelige for relevante aktører. I følge Tvedt har det sørpolitiske kommunikasjonsregimet en sentral plass i forhold til vår fortolkning av ”vi” og ”de andre”. Det sørpolitiske systemet har organisert en nasjonal kommunikasjon om verden og ”oss” selv som i tiår har dominert den offentlige

diskusjonen om en verdenshistorisk prosess' innhold og retning av landets plass og rolle i den. Det sørpolitiske kommunikasjonsregimet har skapt og reproducert oppfatninger og forestillinger om utvikling, historien, verdier, "de andre" og "oss". Tvedt peker her blant annet på representasjon av "de andre" som betydningsfull for våre synspunkt, holdninger og handling. Han peker også på representasjon av "de andre" og i den forbindelse også "oss" som betydningsfull for legitimering for det sør politiske system og politikk.

Jakobsen (2008:46) tolker de fremstillingene som produseres og formidles som en form for propaganda; som et virkemiddel icenesatt fra utenrikspolitisk, utviklingspolitisk og sivilsamfunnshold for å tilfredsstille deres spesifikke mål, interesser og verdier, og understøtte deres verdensoppfatning, heller enn tekster som søker å bidra med nyansert folkeopplysende informasjon om Afrika, Latin-Amerika og Asia der leseren får større rom for å gjøre seg opp en egen mening om de forhold og de mennesker som omtales. Hun tar utgangspunkt i Jowett og O' Donnels definisjon fra 1992; " Propaganda er et overlag og systematiskforsøk på å forme oppfatninger, manipulere kunnskap, og styre adferd for å oppnå den ønskede respons som var utgangspunktet for propargadisten". Jakobsens tolkning av Tvedt sitt poeng med tanke på det sørpolitiske kommunikasjonsregime, kan også sees i forbindelse med Gullestad (2007)og hennes redefinerings av propaganda begrepet til misjonspropaganda. I motsetning til Jowett og O'Donnells definisjon og også Jakobsens forståelse av begrepet, er Gullestad sin redefinerings av begrepet av en litt mer nøytral karakter. Analysen av de ulike formene for misjonspropaganda belyser hvordan mye av maktutøvelse i dag skjer på grunnlag av forførelse, snarere enn tvang og manipulering. Hun mener det i større grad ble lagt vekt på å forføre publikum, slik at den enelte i større grad følte at han delte de samme synspunktene og holdningene selv. Og dermed i mindre grad følte det som om noen forsøkte å overtale eller manipulere for å oppnå bestemte meninger eller synspunkter.

Gullestad (2007) sin redefinerings av begrept propaganda til misjonspropaganda, kan i noen grad relateres til den retorikken innenfor det sørpolitiske feltet. Dette blant annet med tanke på at det i stor grad legges vekt på Norges rolle som en stedsfortreder rolle og altruisme. Dette innebærer blant annet slik det fremkommer av kommunikasjonsregime, at Norge skal "bistå" andre til å gjøre de rette tingene for de fattige, eller for fred og lignende. Dette bidrar blant annet til at Norge også innehar en rolle som talsperson for de fattigste av de fattigste (Tvedt 2003). Utgangspunktet er dermed den gode handling, og hvem vil være i mot denne?

Cristoffanini (2004) som nevnt tidligere peker på at en av årsakene til at stereotyper og generaliserte bilder av andre vedvarer, blant annet henger sammen med den påvirkningen vår kategorisering har på vår fremtreden. Hvordan vi kategoriserer verden på og de betydningene vi gir ting, påvirker vår fremtreden. Derfor vil de som er interessert i å påvirke vår fremtreden sloss for å gjøre deres meninger til de dominerende. Slik Tvedt (2003) hevder, oppretholdes og reproduseres våre forestillinger av ”de andre” og også ”oss” gjennom det sørpolitiske kommunikasjonsregimet, for å skape oppslutning og legitimitet for utviklingsstrategien til det sørpolitiske systemet. Og dermed også skape en identitet om Norges rolle i verden som blant annet fredsnasjon og humanitær stormakt etc.

I likhet med blant annet Dahl (2002) og Eide(2004) peker Cristoffanini (2004) på pressens rolle i de nåverende vestlige samfunn med tanke på representasjoner av ” de andre”. Eide og også Dahl understreker at denne bidrar til marginalisering av ” de andre”. Tvedt (2003) hevder blant annet at det ”journalistiske feltet” i Norge har en vesentlig rolle med tanke på kommunikasjonsregimet. Dette blant annet i form av deres konsensus skapende rolle innenfor en diskurs etablert av det sørpolitiske kommunikasjonsregimet. Kortfattet innebærer blant annet kritikken til Tvedt at det ” journalistiske feltet” er underlagt det sørpolitiske verdikoder, begreper og meningssyn. Dette fremkommer blant annet i form av fravær av kritisk journalistikk av de maktposisjoner og den utviklingspolitikk som fremkommer av det sørpolitiske regimet. Journalistikken kan derfor sees som en videreføring av den politikken og den ideologien som er rådende innefor det sørpolitiske regime, og bidratt til den offentlig oppfatningen av denne. Dette blant annet med tanke på den unisone og ensidige journalistikken som preger feltet overfor det sørpolitiske regimet.

3. Annonser og lidelse

Hvorfor lidelse selger og hvilken implikasjoner dette har for representasjon av ” de andre”.

Humanitære peneinnsamlings apeller kommer fra den emosjonelle styrken gjennom deres avhengighet av menneskelig lidelse; lidelse er, på denne måten, en av de prinsipielle valuta inntekter for humanitære organisasjoner. Byråer benytter deres moral og ekspert autoritet for å definere og selge gjennom bilder, det humanitære prosjektet. Dette kommer ikke uten etiske farer. (Kennedy 2009)

Som vist til tidligere kan man relatere medynkdiskurssene til annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner. Jeg kan igjen vise til bistandsorganisasjonen Redd Barna og deres informasjonsstrategi; 1. Skape sjokk, medlidenhet eller dårlig samvittighet for å åpne folks lommebøker (innsamling), 2) Skape kunnskap om, og tillit til, egen organisasjon (tilb.mld), 3) Skape innsikt i forholdet mellom nord og sør, kunnskap om folk i den tredje verden og økt forståelse mellom folkeslag (folkeopplysning)(Gjengitt i Tvedt 2009:159).

Jeg har tidligere sett på språket som viktig forutsetning med tanke på vår forestilling av andre. Som nevnt tidligere understreker Cristoffanini (2004), at kategorisering av mennesker er laget prinsipielt gjennom et semiotisk system, nemlig språk. Språket gjør det mulig å representere mennesker og grupper av mennesker i forenklete eller forviklede former, på fordømmelige eller tolerante måte. I dette kapitlet ønsker jeg å belyse bildet og det visuelle som betydningsfullt med tanke på vår forestilling av andre. Clark (2008) peker på at bilder eller fotografier er et viktig element med tanke på hvordan mennesker visualiserer når de tenker om steder og om mennesker. Bilder er, i følge Clark også sterke representasjoner, fordi de tiltaler det emosjonelle ved mennesker, samtidig som bilder har den egenskap at de raskere fester seg mentalt.

Kennedy (2009) peker på at hjelpeorganisasjonene og massemedia delevis konstruerer de rammene vi tenker innenfor, når vi forestiller oss humanisme og den tredje verden. Kennedy og Clark (2009) peker på at bilder spiller en viktig rolle med tanke på vår forestilling av andre. I likhet med språket er det også mulig å representere mennesker og grupper mennesker i forenklete eller forviklede former. Bildene og portrettene blir valgt med tanke på hva man ønsker å vise. Ingen kan se hva som ikke er blitt tatt bilde av, eller hva som ikke kommer innenfor linsen. Som Kennedy understreker, et fotografi representerer aldri den fulle sannhet

om en situasjon. Som vist til tidligere antyder blant annet Jakobsen (2008) og Tvedt (2003) at ” de andre” i stor grad blir representert i forenklete former, som har bidratt til stereotypier. Kennedy (2009) antyder noe liknende, ved å peke på utfordringer knyttet til den etiske representasjonen av mennesker i forbindelse med annonsene, som i stor grad har fokus på menneskelige lidelser. Han understreker hjelpeorganisasjonene markedsfører seg og selger seg selv og deres virke gjennom bilder av ansiktet til et barn som sulter, en hjelpsløs mor eller en hjemløs flyktning. Lidelse blir dermed gjennom annonsene til hjelpeorganisasjonene kommersialisert og gjort til en handelsvare. Kennedy ser dette blant annet på bakgrunn av den økende markedstilpassningen til hjelpeorganisasjonene. Noe av bakgrunnen for dette, ser Kennedy i forbindelsen med en sterk økning i NGO’er og hjelpeorganisasjoner de siste tiårene. Konkurransen om givere er med andre ord hard. Kennedy peker på at bildene som hjelpeorganisasjonene markedsfører seg har utviklet seg, men at den rådende funksjonen til bildene i stor grad forblir ensartet og stabil.

3.1 Annonsebildenes kommunikative rolle

I likhet med Gullestad (2007) peker Kennedy (2009) på bildets kommunikative rolle. Som nevnt tidligere peker Gullestad på at publikasjonene fungerte som informasjonsformidling og hadde som hensikt å etablere en følelse av ansvar, forpliktelse og engasjement i Europa overfor dem som ennå ikke hadde hørt Guds ord. Gullestad antyder at bildenes kommunikative rolle er sentral med tanke på hvordan ” de andre” ble representert.

Kennedy (2009) peker på at virket til hjelpeorganisasjonene er preget av å handle på avstand. I denne sammenhengen understreker Kennedy at hjelpeorganisasjonene har en vanskelig oppgave, nettopp med tanke på dette avstandsforholdet. Hjelpeorganisasjonene må overbevise et motvillig donor publikum til å donere penger til å assistere fremmede som befinner seg på avstand, ellers ute av synet, ute av sinn og ikke kjente. Fokus på bildet av lidelse i annonsene er dermed et viktig element med tanke på å bringe publikum og ” offerene” (Kennedy’s begrep) nærmere hverandre. Benthall (i Kennedy 2009, Benthall 1993) peker på at formidlingen av bilder er en type kommunikasjon som krymper verden. Gjennom medieringen av fotografierne dratt inn i posisjon som vitne til de fjerne hendelsene som annonsene viser til. På denne måten blir lidelsen virkelig for dem som befinner seg andre steder. Bildet fungerer dermed som et middel eller en metode for å minimere avstand. Kennedy (2009) plasserer med å understreke bildets brobyggende

funksjon, humanitarisme i forhold til en videre teoretisk litteratur om nærhet og assistanse og hevder at mennesker er mindre sannsynlig til å hjelpe offerer som er langt borte. Med andre ord, teorien hevder at fysisk avstand er omvendt relatert til veledige tilbøyeligheter.

Jeg skal ikke gå i dybden på den teoretiske litteraturen om nærhet og assistanse, men ser at et kort innblikk er nødvendig for belyse bildets rolle som brobyggende element. I følge denne teoretiske litteraturen som omhandler nærhet og assistanse, hevdes det at det er en større sannsynlighet for at mennesker hjelper fysisk og nære offerer. Kennedy (2009) går helt tilbake til Aristoteles for å belyse denne teorien. Så langt tilbake som Aristoteles, har avstand blitt forbundet med medfølelse. Hva som betydde noe for Aristoteles var nærhet, denne nærheten kan være geografisk, alder karakter, vaner eller familiære. Dette innebærer med andre ord at man medlidenhet for dem man kjenner. Nærhet er også sentralt for Chatterjee (i Kennedy 2009). Chatterjee skriver at det store flertallet av filosofer tror at bånd av fellesskap skaper spesielle plikter til å hjelpe. Avstand er geografisk, men også sosial og kulturell. På den andre siden finnes det også filosofer som mener at man ikke kan knytte moralsk ansvar til nærhet til offeret. Singer (i Kennedy 2009, Singer 2004) hevder at det ikke er noe moralsk forskjell om personen han hjelper er naboens barn ti meter lenger borte, eller en navnløs bangladeser 10,000 mil lenger borte. Kennedy (2009) peker blant annet på at uavhengig av hvilken moralske overbevisninger man har, vil alle sette grensen et sted. Bentham (i Kennedy 2009, Bentham 1993) kaller dette for journalistisk kalkulus. Donor publikum ser på to variabler; antall lidene og nærhet til dem som lider.

Samtidig som bildene er et viktig element med tanke på å minimere avstand, understreker Kennedy (2009) at de er viktige i forhold til den effekten de eventuelt kan ha med tanke på publikum. Noe av årsaken til at bilder er effektivt med tanke på annonser tilknyttet pengeinnsamling og bevissthetskampanjer, mener Kennedy kan sees på bakgrunn av bildets egenskap av å påvirke det emosjonelle ved mennesker. Bilder av menneskelig lidelse har evne til å fange oppmerksomhet og sjokkere. Samtidig har de en evne til å transformere skyld; de bedende øynene til et sultent barn, bidrar til at publikum gjør sin del, som innebærer å sende penger. Med andre ord lidelse selger og skyldfølelse tvinger. Samtidig peker Kennedy på at det er flere utfordringer ved bruk av lidelse som salgsvare. Det ene er at publikum over tid blir mindre sjokkert, og effekten blir dermed borte. Det andre er hvordan ” de andre ” blir representert gjennom annonsene.

3.2 Annonsebildene som representasjon

Kennedy (2009) peker på at bruk av bilder aldri er uproblematisk. Selv om bildene reiser bevissthet omkring hjelpeorganisasjoner og deres arbeid og visjoner, sier de samtidig noe om de menneskene de ønsker å hjelpe. Måten man forteller historien om disse to partene, reiser i følge Kennedy etiske problemstillinger. I likhet med andre former for kommunikasjon, ekskluderer også bilder aktører og sannheter mens man dekker et spesielt ståsted. Som Cristoffanini (2004) understreker, gjør språket det mulig å representere mennesker og grupper av mennesker i forenklete eller forviklede former, på fordomsmessige eller tolerante måter. Man kan se på bildet under liknende forutsetninger. Bildene er delvis og forteller aldri den hele sannheten. Et foto innebærer at man rammer inn noe, det å ramme inn noe innebærer også at man må ekskludere noe. Et foto representerer aldri den hele fulle sannhet om en situasjon, og det kan kun avdekke det som passer innenfor den begrensede omfanget av linsen. Det er dermed foretatt et valg med tanke på bildet. Noen valgte å fotografere den bestemte hendelsen, og noen valgte å publisere et bestemt bilde. Kennedy (2009) peker på at produsentene og distributørene har en stor makt med tanke på sosial konstruksjon med tanke på hvem de representerer, men også med tanke på hvordan de blir representert.

Som nevnt tidligere peker Gullestad (2007) og Kennedy (2009) på bildenes kommunikative rolle. Gullestad (2007) antyder en sammenheng mellom denne kommunikative rollen og hvordan ” de andre ” ble representert. Misjonen ønsket med publikasjonene å etablere en følelse av ansvar, forpliktelse og engasjement i Europa overfor dem som ennå ikke hadde hørt Guds ord. Måten dette budskapet ble formidlet på, betegner Gullestad (2007) som misjonspropaganda; Informasjonen var arrangert på måter som hadde til hensikt å berøre mottageren følelsesmessig og åndelig og dermed få dem til å engasjere seg for misjonen. Gullestad (2007) viser til utfordringen ved ønske om å skape medfølelse uten å skape medynk, og viser til at det som regel ender opp med å skape medynk. Publikasjonene bidrar dermed til å representere ” de andre ” innenfor medlidenhetsdiskursen. Kennedy (2009) antyder også at bildets kommunikative rolle har betydning for hvordan andre blir representert. I likhet med blant annet Gullestad (2007) og Jakobsen (2008) peker Kennedy (2009) på at annonsene representerer ” de andre ” innenfor en medlidenhetsdiskurs, hvor man i stor grad fokuserer på lidelsene til andre mennesker. Dette bidrar, i følge Kennedy, til at menneskene i annonsene fremstår som personløse og uten verdighet. Slik Kennedy (2009) ser det, er lidelse gjennom disse annonsene omgjort til en handelsvare som i stor grad går på bekostning av den etiske representasjonen. Humanitære bilder fokuserer på universielle symboler, kvinner og

barn, lidelser og ødeleggelser. Menneskene blir i denne sammenhengen redusert til anonyme kropper, uten den betydningsfulle konteksten som gjør dem menneskelige. Menneskene i annonsene blir redusert til rettigheter og behov. Han fremstår uten differansiering eller uten distinksjoner, naken og enkel.

Chandler (i Kennedy 2009, Chandler 2002) peker på at offrene i de humanitære annonsene er maktesløse, hjelpeløse og uskyldige, ikke definert av evne, men heller av sårbarhet og mangler. Chandler understreker at noe av det mest karakteristiske ved slike annonser, gjerne er barn som passivt stirrer inn i kamera med bedende øyner, uten å gjøre noe spesielt annet. Det er også det eneste hun eller han trenger og gjøre for å fylle rollen. I følge Chandler berører dette noe av det essensielle ved det humanitære faget; Hun kan ikke handle selv eller snakke fordi hun ikke er kvalifisert. Kennedy (2009) peker også på at det kun er bildet av den emosjonelle eller fysiske tilstanden til offeret som blir publisert. Stemmen er generelt sett stemmen til hjelpeorganisasjonene. Dermed berører Chandler og Kennedy i likhet med blant annet Eide (2004) hvordan annengjøring av de andre, spesielt med tanke på ” de andre” som refererende til kulturer, land og mennesker i sør, i stor grad er preget av devaluering og hierakisering av andres liv. Dette med tanke på at de ofte blir talt på vegne av, og på mange måter ikke taler si egen sak. Jakobsen (2008) peker også på dette særtrekket ved sine undersøkelser av tekstene fra Røde Kors- magasinet og Utsyn, hvor hun viser til en fornemmelse av at lokalbefolkningens synspunkter og erfaringer ikke verdsettes. Hennes inntrykk er at man velger å foretrekke de antakelsene man har gjort seg, fremfor å få innsikt i hva de andre tenker og mener. Eide peker på at et sentralt spørsmål ved representasjon av andre, er spørsmålet om hvem som får delta med meningsbærende informasjon. Som antydnet, vises det tendenser til at ”de andre” i liten grad får bidra . Dahl (2002) peker, som nevnt tidligere, på at representasjonsmakten ligger i vestlige hender, og at dette har betydning for representasjonen av ” de andre”.

3.3 Annonser som kilde til identitetsdiskurs

Annonserne til hjelpeorganisasjonene gjeninnsetter, i følge Kennedy (2009), hva som blir kalt den humanitære fortellingen. Kroppslig smerte og lidelser er bygget inn i spesifikke fortellinger som rettferdiggjør humanitære slutninger, og de styrker dermed hjelpeorganisasjonene. Bildene forteller en historie om lidende kropp og en hjelpeorganisasjon med midler til å gripe inn. Chandler (2002) kaller den humanitære narrativet for et moralsk eventyr. Dette eventyret bygger på tre komponenter; Først er det det ulykkelige offeret i nød, portrettert gjennom film i de verste tilfellene i de verste områdene, den andre komponenten er skurken, den ikke vestlige regjeringen eller autoriteten, som forårsaker sult, fattigdom, eller vold gjennom dens korrupsjon eller inkompetanse, den tredje komponenten er frelseren, hjelpeorganisasjonen eller institusjonen, en ekstern agent, hvis interesser er uatskillige fra det fortjente offeret. I annonse bilder, er skurken ofte (men ikke alltid) naturalisert eller minimert. Bilder for hjelpeorganisasjoner er ofte et spill for to aktører. Denne fortellingen plasserer også de to aktørene innenfor to ulike diskurser, hvor hjelpeorganisasjonene plasseres innenfor diskursen for de sterke og handlekraftige mens ofrene blir plassert innenfor medlidenhetsdiskursen, hvor de i stor grad blir karakterisert som svak og hjelpeløse. Som vist til tidligere, antyder også Jakobsen (2008) en slik tendens i sin studie.

I likhet med Tvedt (2003) belyser dermed Kennedy (2009) og Chandler (2002) med dette, hvordan representasjon av andre berører identitetsdiskursen. Bildebruken i annonsene reflekterer både identiteten til de humanitære organisasjonene og deres oppfatning av offerene. Karakterasjonen av hjelpeorganisasjonene er at de karakteriseres som helter, menneskene i annonsene karakteriseres som offerer, passive og hjelpeløse uten muligheter. Tvedt (2009) betegner som nevnt tidligere, ”de andre” som ”de betydningsfulle andre”, på bakgrunn av den rollen konstruksjonen av ”de andre” har hatt i Norges prosess med å skape sin egen identitet og rolle som giver, fredsmekler og humanitær stormakt på den globale arena. Som vist til tidligere, har også Gullestad (2007) gjort en liknende tolkning med tanke på konstruksjonen av ”de andre” i sin studie. Gjennom begrepene de anvendte for å forstå Afrika, konstruerte misjonærene både vår modernitet og deres tradisjonelle samfunn.

Som nevnt innledningsvis peker Kennedy (2009) på at hjelpeorganisasjonene med deres bilder og media delevis konstruerer de rammene vi tenker om hjelpearbeid og den tredje verden. Kennedy ser det som bekymringsverdig at det er bevist at disse bildene, i interaksjon med vanlige media fremstillinger, har blitt absorbert i den Vestlige bevisstheten.

Benthall (i Kennedy 2009, Benthall 1993) siterer en Oxfam og EEC rapport om ” bilder av Afrika” som viser at negative bilder av Afrika forsterket stereotypier av de fordømte og hjelpesløse kontinente av Afrika hos skolebarn. Clark (2008) viser i sin studie av fotojournalisme, at det er en forbindelse eller en sammenheng mellom medias, eller pressens dekning av et område og publikums visualisering eller opfatning av dette området. Studien viser til at lokalisering, finans, og politisk bånd var styrende bånd for hvordan britiske media portrerterte en hendelse i flertallet i verden. Detsto lenger borte en hendelse fandt sted, desto mindre finansielle effekter landet hadde på det globale verdensmarkedet, og færre kulturelle og politiske bånd et land hadde, desto enklere og mindre i dybde dekning fikk dekningen av denne hendelsen. Dette på sin side igjen, påvirket den dominerende forståelsen til publikum med tanke på dette stedet, som kun mottok dekning hvis spesielle hendelser som katastrofer, kriger eller epedeimier fandt sted. På bakgrunn av dette er Afrika i stor grad forstått på bakgrunn av disse representasjonene. Clark (2008) viser dermed til samme problematikk som Jeere –Malanda (2002) tidligere har vist til. Hun understreker forholdet mellom pressens dekning av- og fokus på negative saksforhold som korrupsjon og katastrofe, og våres forestillinger om Afrika. Jeere -Malanda peker på at utelukkende fokusering på negative saksforhold, blant annet er med på å forsterke Afrika som et kontinent preget av katastrofer, sultkatastrofer og elendighet, og dermed også forsterker stereotypiene.

4. Adjø solidaritet!

En undersøkelse av norske lærebøker med fokus på hva disse formidler om Nord Sør spørsmål utført av Tvette og Nordkvelle (2010).

Media har, som nevnt tidligere en sentral rolle med tanke på forestillinger om ”de andre”. Skolen bidrar også med forestillinger av ”de andre”. Lærebøkens diskurser om Nord- Sør uttrykkes i tekster og bilder og sier noe om disse saksforholdene. Elevene som leser dem får inntrykk fra andres mediers utforminger av samme diskurser som bearbeider elevenes oppfatninger om de samme forholdene. Diskursene formidles også gjennom klasserommet, vennekrets, familie eller i det offentlige liv. Lærebøkens diskurser blandes med diskurser fra massemedier, som eksempel fra bistandsorganisasjoners informasjonsmateriell og setter en retning for hva skolebarn tenker om saksfeltet (Tvette og Nordkvelle 2010).

I en undersøkelse gjort på vegne av Hei Verden etterlyser Nordkvelle og Tvette blant annet alternative forestillinger av ” de andre”, samt holdninger, handlinger og virksomheter. I følge deres undersøkelse vektlegger lærebøkene i for stor grad det teoretiske elementet på bekostning av hvilken holdninger og hvilken handlinger kunnskapen skal munne ut i. De peker på at verken læreplanens generelle del eller lærerplanene for samfunnsfag og RLE i deres perspektiv kan sies å være sterkt retningsgivende eller konsise i forhold til å utvikle kunnskaper, holdninger eller ferdigheter som vil styrke arbeidet for global solidaritet, fattigdomsbekjempelse, økologisk forståelse og medansvar i samfunnet. De antyder, på bakgrunn av denne undersøkelsen, at skolen i dag legger mindre vekt på verdien av solidaritetsarbeid i skolen.

Bakgrunnen for undersøkelsen er et ønske om å finne ut hvilken Nord- Sør kunnskap og perspektiver norske lærebøker i grunnskolen formidler. Med et Nord- Sør perspektiv mener Nordkvelle og Tvette å kunne belyse spørsmål knyttet til tema som globale forskjeller, internasjonalt samarbeid, rettigheter, migrasjon og kulturelle mangfold. Prosjektets fokus har vært på lærebøkene i samfunnsfagene: samfunnskunnskap, historie og religion, livssyn og etikk med dekning av alle relevante trinn. Med tanke på referering til denne rapporten har jeg valgt å ha hovedfokus på de konklusjoner og slutninger som er gjort med tanke på lærebøkene på ungdomstrinnet.

4.1 Forestillinger av Afrika i lærebøkene

” Men selv om kunnskapsmengden er stor , gjøres det likevel valg i forhold til hvilken perspektiver som vektlegges. Når forfatterne skriver at Afrika fremstilles med trøstesløshet og elendighetsbilder, bør vi puste liv i diskusjonen om ” bilder av de andre”. (Vestbø 2010 daglig leder, Hei verden)

Nordkvelle og Tvette (2010) skriver at de finner stoff fra Sør på mange sider. Samtidig peker de på at dette nødvendigvis ikke innebærer at lærebøkene gir mange innblikk i lokalsamfunn i Sør. Det er få bilder av et velfungerende hverdagsliv. Det er fokus på krig, konfliktbilder, miljøutfordringer og flyktningproblematikk. Det er med andre ord liten grad av positive bilder i Sør, med unntak av perspektivet på hvordan mennesket generelt sett tilpasser seg naturressurser der de bor. Landene sør for Sahara med unntak av Sør Afrika framstilles klarest som klodens mest tilbakeliggende land , der fattigdom er kommet for å bli, og der bistand heller ikke virker, eller virker mot sin hensikt. Nærbildet av Kongo er særpreget, fordi det er elendighet som fokuseres, men også fordi det er utenfor allfarveien. Landene i Sør er beskrevet som åsted for praktfull natur, men også store naturødeleggelser og klima katastrofer. Vulkanutbrudd og jordskjelv hører livet til i store deler av Sør. Et problem i bøkene generelt sett er at det er et lite tydelig bilde a hva slags samfunn og regioner vi finner særlig i Afrika

Slik det fremkommer av rapporten til Nordkvelle og Tvette, foreligger det dermed i liten grad noen alternative forestillinger av ” de andre” i lærebøkene. Ut i fra de konklusjonene som fremkommer av rapporten, kan man antyde at forestillingen av ”de andre” i Sør i likhet med de forestillingene som fremkommer i massemedia i stor grad er marginaliserte og i større grad fokuserer på negative saksforhold. Ut i fra de konklusjonene som fremkommer av rapporten, kan man også antyde at lærebøkens perspektiver underbygger – og eller underbygges av de perspektivene som fremkommer i massemedia, hvor det i stor grad fokuseres på konflikter og elendighet. Slik jeg tolker det, vil lærebøkene dermed implisitt, være medvirkende til å plasserer Afrika innfor en medlidenhetsdiskurs. Man kan gjennom dette antyde at lærebøkene, i kombinasjon med media, bidrar til stereotyper..

Marginalisering av ”de andre” fremkommer også med tanke på skildring av religioner og kulturer. Nordkvelle og Tvette antyder at elevene i større grad får mer materiale om religioner enn om de froskjellige kulturene. De underbygger dette blant annet med det konkrete og faktaorienterte i forbindelse med religiøse riter, noe som kan bidra til at det religiøse aspektet ved kuøltur og levevis blir overdrevet. De påpeker at det som er annerledes vekker interesse og krever informasjon, men at dette fokuset på religionen som ”det avstandsskapende” ikke er gunstig. I følge Tvette og Nordkvelle kan man kalle dette en som en form for ”eksotisering” eller i det minste en overfortolkning av det religiøse aspektet.

4.2 Årsaksforklaringer

Rapporten viser til at forskjeller i levekår knyttes generelt til historiske linjer hvor det tegnes hovedtrekk av konsekvensene av krig, erobringer, imperialisme, endring i bosettingsmønstre og naturkatastrofer. Grovt sett kan man si at områder med fred er trygge og rike land, mens områder med krig og konflikt er områder med dårlige levekår.

I de historiske linjene omtales kolonialismen og imperialismen med sine sterke konsekvenser på kritisk vis. Tvette og Nordkvelle (2010) peker på en eurosentrisk framstilling av imperialisme og Europas rolle som kolonimakt. Det er vektlagt å forklare hvorfor Europa ble så mektig at de kunne ta kolonier. Kritikken føres også fram til moderne tid, der for eksempel industrielt fiske tømmer stillehavet for lokal fisk. Årsaksdimensjonene beskrives dermed i både i historisk og nyere tid, men knyttes i økende grad til miljøspørsmål og globalisering som fenomen i nyere tid. Dermed endrer aktørene seg – fra land til multinasjonale selskaper.

Underveis gir en forsøksvis nyansert framstilling av globale miljøproblemer, men framholder samtidig at vi i Vesten har klart å løse de mest synelige forurensingsproblemene. Dette bidrar i følge Tvette og Nordkvelle til skape et ”vi ” og ” de andre” bilde, hvor vi har ryddet opp i problemene og må bistå andre i å rydde opp i sine. Det legges vekt på både miljømessige årsaksforklaringer på globale forskjeller og historiske og samfunnsmessige forklaringsmodeller. Det er tydelige linjer mellom krig og konfliktområder og fattigdom og nød. Her syntes framstillingen ofte ta utgangspunkt i interne konflikter og borgerkriger, slik at det kan tolkes som om fattigdom skyldes manglende vilje til forsoning og samarbeid.

Nordkvelle og Tvette peker på lite bruk av begreper som Nord og Sør i lærebøkene. De peker på at globalisering er hyppigere brukt, men uten de noe tydelige konnotasjonene om systematiske forskjeller som Nord- Sør begrepet signaliserte tidlig. De peker også på at historiske begreper som Vesten og tredje verden forekommer, men i liten grad. Slik jeg tolker Nordkvelle og Tvette, ser de Nord Sør begrepet som viktige begreper både med tanke på at dette begrepet viser til systematiske forskjeller mellom Nord og Sør. Men man kan også antyde at dette begrepet sees som betydningsfullt med tanke på årsaksforklaringer. Slik jeg tolker det, antyder Nordkvelle og Tvette at det er en slags moralsk ansvarsfølelse i tilknytning til dette begrepet.

4.3 Holdninger

Slik forfatterne av Rapporten leser lærebøkene, er holdningene som ytres i tekst og bilder i stor grad egnet til å skape sympati for undertrykte, fattige, flyktninger og innvandrere. Andre kulturer skikker og normer som preger andre kulturer, både slik de leves innen Norges grense, og i den livsammenhengen som faller naturlig, beskrives med respekt. Folk som lever under dårlige levekår har krav på bedre forhold, og under den rådende verdensorden, står i direkte kontakt med hvordan folk i Nord lever, i sær gjennom deres forbruk og væremåte. Gjennom de historiske relasjonene mellom Nord og Sør ha Nord blitt rike i stor grad på bekostning av Sør. Men forholdet preges av at nylig industrialiserte landene, eksempelvis Korea, Kina og India lykkes med industrialisering og hevde seg som økonomisk makter av betydning.

Slik jeg tolker Tvette og Nordkvelle kan man også antyde holdninger som er av en mer implisitt karakter, og som i mindre grad understrekes av forfatterne selv mer enn at de peker på alternative tolkninger. Her kan jeg blant annet trekke frem fremstilling av globale miljø, hvor det pekes på at vi i Vesten har klart å løse de mest synelige forurensingsproblemene. Dette bidrar i følge Tvette og Nordkvelle til skape et ”vi” og ”de andre” bilde, hvor vi har ryddet opp i problemene og må bistå andre i å rydde opp i sine. Dette er ikke en ukjent tanke og man kan trekke paralleller til grunntanken for utviklingshjelp som nevnt tidligere og som Tvedt (1999) problematiserer. Denne grunntanken for utviklingshjelp bygger i stor grad på et hiarkisk forhold, mellom de mer utviklede og de mindre utviklede, de som hjelper og de som trenger hjelp, mellom de som kan og de som må lære. Slik jeg tolker Nordkvelle og Tvette vil da implisitte holdninger som deres tolkning innbyr til, være at ”vi” på mange områder er

bedre eller mer utviklet enn ”de andre”. En liknende tolkning åpnes det også opp for med tanke på linjene mellom krig og konfliktområder og fattigdom og nød. Slik Tvete og Nordkvelle skriver det, syntes framstillingen ofte ta utgangspunkt i interne konflikter og borgerkriger, slik at det kan tolkes som om fattigdom skyldes manglende vilje til forsoning og samarbeid.

4.4 Solidaritet - et svinnende begrep i skolen ?

Rapporten om Nord Sør perspektivet er utarbeidet ut i fra innholdet i lærerplanen og analyse av lærebøkene. Nordkvelle og Tvete (2010) peker blant annet på kompetansemålene i for liten grad er ført videre fram til et konkret nivå. Graden av abstraksjon og fravær av kompetanssemål som i større grad løfter handling og erfaring fram gjør det rimelig å si at læreplanen ytrer seg i en relativ teoretisk og lite handlingsorientert kontekst. Det legges med andre ord større vekt på kunnskapsorienterte mål. De handler om ”å vite om”, og med ferdigheter som først og fremst fordrer en teoretisk og abstrakt struktur av ferdigheter hos elevene. Selv om vurdering og drøfting er kompetanssemål som fordrer etisk refleksjon, sier kompetansemålene lite om hvilken konklusjoner som kan trekkes av arbeidet med stoffet. Med et kompetanssemål som eksempelvis sier ” forklare og drøfte variasjoner i levekår i ulike deler av verden og sammenlign og vurder de store forskjellene mellom fattige og rike” så sies det svært lite om hvilken konklusjoner som vil følge av dette og hvilken samfunnsborgerlig atferd dette skal resultere i. Nordkvelle og Tvete antyder blant annet med dette at læreplanen ikke uttrykker konsistente tanker om at deltagelse og innlevelse i forhold som dreier seg om global rettferdighet er ønskerverdige, og læreplanen konkretiserer heller ingen konkrete handlinger som ønskerverdige. Nordkvelle og Tvete peker blant annet at, når elevene kan drøfte, gi eksempler på, beskrive og gi årsaker til de ulike innholdselementene læreplanen ramser opp, er det fortsatt en holdningsdimensjon som ikke er stramt rammet inn. Sett i en politisk kontekst kan konklusjonene lande alle steder i det politiske landskap. Dette rammer inn et sentral tema i læreplanteori og forhold som rører ved samfunnsfag generelt. I fag der samfunnets fordeling av goder og onder er så framtrædende, er politisk sosialisering en viktig dimensjon. Men en læreplan som er for eksplisitt i slike spørsmål kan risikere å komme for tett på den samfunnsmessige politiske dagsorden. Tvete og Nordkvelle understreker at det hersker en relativ tverrpolitisk enighet om at partipolitiske syn skal unngås

i læreplanen. Samtidig undertreker Nordkvelle og Tvette at det i det lokale læreplanarbeidet skal være rom for å skyve grensene i retning av konkret bistandsarbeid, holdningskapende arbeid som involverer kropp og hode, som kan skape opplevelser av solidaritet på en dypere måte enn læreplanen legger opp til med sitt fokus på kunnskaper og teoretiske innsikter.

Slik jeg tolker Nordkvelle og Tvette, er det bekymringsverdig at solidaritet gjennom læreplaneverket får så liten betydning

4.5 Bistand og bistandsorganisasjoners rolle i forhold til skolen.

Rapporten er et bestillingsverk fra bistands og informasjonsorganisasjonen Hei Verden. Organisasjonens interessefelt kommer tydelig frem blant annet gjennom rapportens etterlysninger av stoff knyttet til bistandsarbeid, men også gjennom deres ønske om mer ekspisitte mål knyttet til holdning og handling i form av blant annet solidaritetsarbeid hos elevene. Nordkvelle og Tvette (2010) har som tidligere nevnt pekt på at læreplanen ikke uttrykker konsistente tanker om at deltagelse og innlevelse i forhold som dreier seg om global rettferdighet er ønskverdige, og konkretiserer ikke konkrete solidariske handlinger som ønskverdige. Bistandspolitiske organ er blitt mer fjern i forhold til å prege lærebøkens diskurser om utvikling, rettferdighet og ulikhet. Nordkvelle og Tvette peker blant annet på at NORAD og bistand fylte en sentral rolle i lærebøkene for 25 år siden, mens det i våre dager reises tvil om bistand har noe for seg. Slik jeg tolker Nordkvelle og Tvette er dette av betydning blant annet for elevenes holdninger knyttet til blant annet bistand og global rettferdighet, men også elevenes holdninger knyttet til handlinger og solidaritetsarbeid i forbindelse med disse spørsmålene. Lite stoff knyttet til blant annet bistand, kan tolkes som signaler knyttet til betydningen av dette feltet og solidaritetsarbeid. Slik jeg tolker Nordkvelle og Tvette antyder de at lite fokus på dette område sender signaler til elever at solidaritetsarbeid, deltagelse og innlevelse som dreier seg om global rettferdighet har lite for seg. Disse signalene vil igjen ha betydning for blant annet utvikling av elevenes globale medansvar.

Nordkvelle og Tvette peker på at læreplanverket, etter deres skjønn, ikke står som noen etisk lyktestolpe i arbeidet for solidaritet på kloden. De peker på at en læreplan kan legge føringer på hvordan man kan kople den kognitive informasjonen til affektive og ekspessive mål, men at denne siden i læreplaneverket er meget beskjedent beskrevet. Nordkvelle og Tvette peker på

at bistandsorganisasjoner og frivillige organisasjoner med arbeidsmål om å styrke denne dimensjonen i norsk utanning, har et stykke arbeid igjen å gjøre for å konkretisere lærestoff og arbeidsmåter som kan utvikle denne delen av skolens arbeid sammen med engasjerte lærere, skoler, kommuner og elevene.

Tvedt (2003) stiller seg derimot kritisk til den rollen skolen har hatt med tanke på nordmenns identitetsdannelse i forbindelse med bistand. Han påpeker at siden ingenting er selvidentisk, må kollektiv identitet oppfattes som historiske konstruksjoner påvirket av differensielle forhold mellom stater og samfunnstyper eller sivilisasjoner. Tvedt viser til Anthony Smiths og Eric J Hobsbaws teorier, hvor to ulike modeller for utvikling av kollektiv identitet kan identifiseres. Felles for begge modellene er den avgjørende rollen som utdanningssystemet har. Tvedt sin analyse av den norske modellen baserer seg på forestillingen om at norsk politisk tradisjon har vært preget av nære forhold mellom samfunn og stat og av en usedvanlig verdihomogen tradisjon. Dette historiske og kulturelle grunnlaget var i følge Tvedt likevel ikke tilstrekkelig for å skape det ”sørpolitiske systemets identitetsproduksjon, men det var antagelig en forutsetning for det strategiske kommunikasjonsregimets styrke og gjennomslagskraft. Han hevder blant annet at det sørpolitiske strategiske kommunikasjonsregime har lyktes i å gjøre sitt verdensbilde til nasjonens verdensbilde, gjennom et omfattende informasjonsarbeid overfor utdanningssystemet. Skoleverkets tilbud på gratishefter og annet undervisningsmaterieell produsert av den norske modellens aktører har vært omfattende, og samtlige sentrale lærebøker i videegående skole har adoptert det sørpolitiske systemets perspektiv på verden og på Norges rolle i den (2003).

5. Fortolkning av medietekst som bakgrunn for forståelse for ungdomms engasjement, holdninger og syn på verden

I likhet med blant annet Eide Pekar Vettenranta på pressen og medias betydning i hvordan vi oppfatter verden. Vettenranta (2004) peker blant annet på nyhetssending som en viktig kilde til hvordan vi oppfatter verden. Nyhetsendinger sees blant annet som en kilde til informasjon både til det som skjer lokalt og internasjonalt. Bourdieu (1996) er svært kritisk til TV og beskriver vikeligheten i nyhetene som en absurd serie av katastrofer som verken kan forstås eller påvirkes. Vår tid er full av etniske kriger, rasisme, vold og kriminalitet. Nyhetene bidrar ikke til mobilisering eller politisering, men den øker heller fremmedfiendtlighet, skaper fatalisme og manglende engasjement. Fjernsynsnyhetene fragmenterer verden ved å presentere den gjennom absurde fortellinger om uendelige parader av fattige land. Hendelsene dukker opp uten forklaring og forsvinner fra skjermen uten løsning. Som nevnt tidligere er dette noe av årsaken medlidensutmattelse som beskrevet tidligere. I følge Bourdieu (1996) kan nyhetssending i beste fall føre til en humanitær aksjon.

Vettenranta (2005) deler kritikken av nyhetene til Bourdieu, men legger i større grad vekt på nyheter som polysymmetisk, som innebærer at en tekst som er åpen for mange forskjellige tolkninger. Resepsjonsstudier fokuserer på hvordan mening formes og formidles gjennom nyheter og hvordan seerne fortolker dem under mottakningsprosessen. Meningsskapning skjer i møte mellom seer og et tv program. Dermed studeres nyheter som konstruksjon og meningsproduksjon, ikke kun en fortelling om eller overføring fra bestemte hendelser og begivenheter. Vettenranta legger i større grad vekt på ungdommer som kritiske tiskuerer. Hun peker på at ungdom utvikler seerkompetanse når de leser medietekster. Hun viser til at ungdommene i hennes undersøkelse hadde god kjennskap til komposisjonen av nyhetsprogrammene, og at de var på vakt mot villedende informasjon, manglende bevis og den mulige slagsiden i nyhetene. Men understreker at dette ikke gjør dem immune for slik påvirkning.

Hennes studie av ungdommers fortolkninger av katastrofenyheter bidrar til å gi et innblikk i hvordan fortolkninger av katastrofenyheter blant annet bidrar til ungdommens holdninger,

engasjement og syn på verden, men også hvordan dette bidrar til å danne en forståelse av seg selv og sin egen identitet og en erkjennelse av landet de bor i i forhold til resten av verden.

Vettenranta sin studie tyder på at katastrofenyheter vekker empati og sosial bevissthet. Undersøkelsen hennes viste at ungdommene reagerte med sterkt sosialt engasjement i møte med katastrofenyheterne. Selv om mange ble triste eller sinte hadde mange av de lyst til å handle konstruktivt. De vil gjerne gjøre noe men føler avmakt, fordi de ikke hadde virkemidler eller påvirkningskraft til å endre situasjonen. I likhet med Bourdieu (1996) tyder også vettenranta sin undersøkelse på at nyhetene i liten grad medvirker til mobiliserende aksjoner. Flere av ungdommene i undersøkelsen mente at en deltagelse i innsamlingsaksjoner og humanitære organisasjoners arbeid kunne bidra positivt, men de færreste av ungdommene trodde at slike aksjoner hadde en skjellsettende effekt. I følge Vettenranta (2005) var ungdommenes forherligelse av ”det norske”, av norsk væremåte, kultur og samfunnsform, noe av det som overrasket henne mest ved undersøkelsen. I den utstrekningen andre nasjoner avvek fra det norske, var det alltid i disse nasjoners disfavør. Hun antyder med dette en viss etnosentrisme hos ungdommene. Dette er interessant blant annet med tanke på hvilken forestillinger ungdommene har av Norge i verdenssammenheng, basert på de verdensbilder som fremkommer i media. Vettenranta antyder dermed også en ”oss” og ”de andre” diskurs i sin undersøkelse, som har betydning for ungdommenes forståelse av seg selv og sin egen identitet. Annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner formidler også, slik blant annet Tvedt (1990,2003) antyder, verdensbilder.

Vettenranta (2005) understreker at det er viktig at de unge beholder sin fremtidsoptimisme. Det er viktig å ta vare på de unges engasjement og bygge opp deres empati for andre. Dermed vil den største utfordringen være hvordan man kan hindre kynisme og følelsen av avmakt hos de unge. Hun antyder at det å samtale om hendelser i mediene er et godt utgangspunkt med tanke på denne utfordringen. Boltanski (1998) peker også på at å samtale om hendelser i massemedia er viktig. Vettenranta (2004) legger også vekt på relevansen av undervisning og forståelse av media i skolen, og hvordan disse egenskapene er relevante for å kunne evaluere og medietekster og se helheten og også kan være med å bidra til bevisste samfunnsborgere. Mediekompetanse omfatter kunnskaper, ferdigheter, og den kyndigheten som er nødvendig for å tolke medier gjennom analyse, evaluering og kritisk evolusjon. Forståelse av kommunikasjonskonvensjoner og strategier er viktige. Samtidig trengs det en mer flerfasettert

forståelse av de sosiale, økonomiske og historiske sammenhengene med tekstene, for eksempel nyhetene, er produsert og distribuert i.

Mediene utvikler verdensbilder, danner holdninger og gir kompetanse i nye uttryksformer. Studentene må lære seg å se bak medieteksten og forstå faktorer og strukturer som påvirker i kulissene. Uten en slik forståelse trues studentene av det Saarniaho (2004) kaller for mediedysleksi, manglende evne til kritisk holdning av budskaper som gjør dem mer sårbare overfor mediernes manipulering.

De ferdighetene Vettenranta (2004) og Saarniaho (2004) viser til, kan på ulike måter knyttes til de grunnleggende ferdighetene i samfunnsfag angitt av læreplaneværet. De grunnleggende ferdighetene i samfunnsfag skal være å kunne lese og samle informasjon fra oppslagsverk, aviser og internett og vurdere innholde kritisk. Å kunne lese i samfunnsfag innebærer å sette seg inn i, granske, tolke og reflektere over faglige tekster og skjønnlitteratur med stigende vanskelighetsgrad for å oppleve kontak med andre tider, steder og mennesker. Å kunne lese innebærer samtidig det å behandle og bruke variert informasjon fra bilder, film, tegninger, grafer, tabeller, globuser og kart (Rye, 2008, utdanningsdirektoratet 2005).

Det å kunne lese innebærer blant annet en kritisk tilnærming og vurdering av ulike typer kilder for informasjon. Vettenranta (2004) peker blant annet på at mediekompetanse omfatter kunnskaper, ferdigheter, og den kyndighet som er nødvendig for å tolke medier gjennom analyse, evaluering og kritisk evolusjon. Slik jeg ser det kan det å lese, slik læreplaneverket definere det forenes med det Vettenranta (2004) definerer som mediekompetanse. Selv om mediekompetanse slik Vettenranta definerer det tar sikte på en noe bredere kompetanse, er det grunnleggende likheter med tanke på kritisk tilnærming og holdning til den informasjonen man står overfor.

6. Metode

6.1 Fenomenologisk tilnærming

Metodiske tilnærminger er i stor grad avhengig av forskningsspørsmålet. Jeg ønsket med min problemstilling å få en dypere innsikt i hvordan elever på videregående fortolker annonser for hjelpeorganisasjoner. Baset på dette var valg av kvalitativ forskningsmetode et naturlig valg. Av de ulike teoriene innenfor fortolkning, vil dette prosjektet ha en overordnet fenomenologisk tilnærming. Dette innebærer; at den tar utgangspunkt i den subjektive opplevelsen og søker å oppnå en forståelse av den dypere meningen i enkeltpersoner erfaringer (Thagaard, 2003). Metoden burde gi fordypet innsikt i den betydningen informantene selv legger i sine erfaringer, med både sine kognitive og emosjonelle, sanselige og symbolske dimensjoner, i konteksten av deres livsverden (Getikow 2002:209)

6. 2 Resepsjonsanalyse som vitenskapelig tilnæringsmetode

Resepsjonsanalyse undersøker hvordan medietekster blir oppfattet og fortolket av mottakerne. Resepsjonen betraktes som interaksjon mellom budskap, sosial kontekst, kulturbetingelser og elevenes kommunikative kompetanse. Resepsjonstudier fokuserer på hvordan mening formes og formidles gjennom blant annet nyheter og hvordan seerne fortolker dem under mottakingsprosessen. I dette tilfellet skjer meningsskapning mellom elevene og annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner. Dermed studeres annonsene som konstruksjon og meningsproduksjon, ikke kun en fortelling om bestemte hendelser og livssituasjoner. Alle tekster, også annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner, er polysemiske. Med dette menes at de er åpne for mange forskjellige tolkninger. Elevene er dermed aktive fortolkere og medprodusenter av mening (Vettenranta 2005:65)

Denne tilnærmingen legger vekt på aktivt publikum som har en selvstendig evne til å tolke mening ut fra mottatt budskap. Dermed står den i motsetning til synet på publikum som lettroende og passiv gruppe som offer for mediernes manipulering (Vettenranta 2005)

6.3 Innsamling av data

Hovedkilden for innsamling av data har vært intervjuer. Av de ulike intervjuformene har jeg i denne oppgaven tatt utgangspunkt i fokusgrupper. Med unntak av et tilfelle som på grunn av omstendighetene ble redusert i antall, til et enkelt respondent intervju. Gruppeintervju eller fokusgruppe kan defineres som;

” en metode hvor flere mennesker diskuterer et tema med en forsker som leder og ordstyrer” (Thagaard 1998:81)

Noe av årsaken for valg av fokusgruppe som intervjuform, er at denne metoden egner seg som et nyttig redskap for å få informasjon om bestemte sosiale og kulturelle erfaringer og fortolkninger av et fenomen. Utsagn i fokusgrupper har normalt større ” allmenn” relevans idet de ikke bare er uttrykk for individuelle, men til dels også kollektive erfaringer og holdninger. De kan også kaste lys over medieresepsjon i kontekst av ulike fortolkningsfellesskap og slik løser fokusgrupper et av de største problemene ved enkeltintervjuer: å komme utover individuelle kasusstudier og nå frem til fortolkninger med sosiokulturell relevans. Samtidig som man må understreke at man ikke kan konkludere med generaliserte utsagn som:” muslimer responderer på denne måten, jøder på denne” etc. En annen fordel med fokusgruppe er at disse gruppesamtalene virker mer avslappet og ”naturlige”, enn for eksempel hvor det kun er intervjuer og intervjuobjekt. Dermed kan situasjonen fremme formuleringer med egne ord og et samtaleforløp hvor deltakerne følger sine egne argumentasjonsrekker. Også emosjonelle relasjoner som er vanskelige å få frem i enkeltintervjuer, kan lettere bli uttrykt gjennom gruppeintervjuer eller fokusgrupper. Interaksjonen mellom deltakerne i en fokusgruppe, leder ofte opp mot spontane og emosjonelle utsagn om temaet som blir diskutert.(Gentikow 2002:135)

Størrelsen på fokusgrupper kan variere like mye som antall informanter totalt i kvalitativt empirisk studier. Vanligvis er det likevel 4-8 deltakere. Med tanke på nye og uerfarne forskere anbefales det ikke å foreta gruppeintervjuer, fordi situasjonen er mer krevende og oppgavene mer komplekse når flere informanter er samlet. Ut i fra dette sees det som mest hensiktsmessig for nybegynnere å starte med enkeltintervjuer. Med dette tatt i betraktning ønsket jeg likevel å ta utgangspunkt i gruppeintervju. Noe av årsaken til dette ligger naturlig nok i gruppeintervjuets karakter. Gruppeintervju, gir som nevnt tidligere, mulighet for samtale og diskusjon mellom elevene, samtidig som det gir mulighet for refleksjon over medelevenes meninger og synspunkter. Informasjon som et resultat av denne prosessen, så jeg som mer

krevende eller rettere sagt mer komplisert å få ved bruk av dybdeintervju. Samtidig må det nevnes at det også kan være krevende for en nybegynner å få gode og informasjonsrike intervjuer ved bruk av enkeltintervju. Et mulig alternativ til dette, kan være å intervju parvis. Getikow anser dette som en litt merkelig mellomting, da det ikke kan regnes som gruppeintervju og heller ikke som to dybdeintervju. Samtidig legger hun vekt på parvis intervju i tilfeller hvor det intervjues parvis på grunn av informantens ønske om å ha noen til stede, eller i tilfeller hvor en partner ønsker å være tilstede. I disse tilfelle står man overfor et visst metodeproblem med tanke på hvordan man skal genere informasjonen. En utfordring er blant annet hvordan man skal behandle nummer to utsagn på. Hun ser det også som en utfordring at den ene parten i større grad vil være enig med partneren. (2002)

Som jeg har nevnt tidligere ønsket jeg å foreta gruppeintervju, men ble anbefalt å ta utgangspunkt i to som en gruppe. Av praktiske årsaker og mulighet for å gjennomføre prosjektet, anså jeg det som viktig å være fleksibel i forhold til de elevene som ønsket å delta. Som et resultat av dette ble det i dette prosjektet gjennomført et gruppeintervju med fire deltakere, et intervju med to stykker og et enkeltintervju, da den ene eleven ønsket å bli intervjuet alene.

Min erfaring med gruppe intervjuene, var at gruppen på fire fungerte veldig tilfredstillende. Det var god dynamikk i gruppen og samtalen fløt fint. Noe av årsaken til dette, mener jeg kan være at den enkelte elev ikke følte at det lå et press på. Samtidig må det nevnes at det var noen som var mer aktiv en andre. Ettersom gruppen ikke var på mer en fire, var det mulig å løse denne utfordringen på en tilfredstillende måte slik at alle kom til ordet og ble med i samtalen. Dette var både med tanke på å komme til ordet, eller i de tilfellene hvor elevene måtte følges opp for å komme mer inn i samtale eller diskusjon.

Par intervjuet fungerte etter min vurdering også tilfredstillende. I motsetning til de tilfellene Getikow skisserer, var par intervjuet et intervju med interesse for utsagnene til begge elevene som deltok, og hvor elevene sine utsagn ble vektlagt som likeverdige. Det fantes også i dette intervjuet, i likhet med gruppeintervjuet med fire elever, rom for diskusjoner hvor man ikke alltid var enige og hvor dette kom til uttrykk. Samtidig må det også nevnes at elevene i større grad måtte bli fulgt opp. Med dette mener jeg, at jeg i større grad måtte be en elev om å reflektere over medelevens refleksjoner og resonnement. Elevene fikk mye taletid, og med tanke på at det kun var to elever hadde jeg god kontroll på gruppen.

For min del var enkelt intervjuet den største utfordringen, med tanke på intervju situasjoner.

Det var en utfordring å få eleven til å slappe av, få en avslappet stemning og å få samtalen til å flyte. Ettersom vi kom i gang ble dette riktig nok litt bedre. I likhet med de andre intervjuene, var jeg også her fleksibel i forhold til struktur.

Basert på denne erfaringen, vil jeg si at tre elever på en fokusgruppe hadde vært et ideelt antall. Dette er et greit antall å ha kontroll på, spesielt hvis man er alene. Samtidig som man i større grad skaper muligheter for flere impulser og eventuelle synspunkter, med tre informanter fremfor to.

6.4 Halvstrukturert intervju

De forskjellige formene for intervju kan rangeres på en skala mellom åpen og strukturert. Jeg har tatt utgangspunkt i et halvstrukturert intervju, med utgangspunkt i en intervjuguide for de spørsmål som ble stilt. Formen befinner seg da i midten av en skala mellom åpen og strukturert. Intervjuguiden var ordnet som en temaliste som skulle dekke de forholdene jeg anså som relevante med tanke elevenes fortolkning av annonsene. Disse gikk på assosiasjoner til annonsen engasjement, og kunnskap/ kjennskap om forskjellige reklamer for hjelpeorganisasjoner og kunnskap/ kjennskap om eventuelle hjelpeorganisasjoner. Intervjuguiden fungerte som en sjekklister for at alle relevante spørsmål skulle bli dekket, og for at intervjuene skulle bli mer strukturerte. Intervjuguiden bestod i stor grad av åpne spørsmål. Noen av spørsmålene måtte presiseres, men stort sett åpnet de for en diskusjon der jeg inntok en mer observerende og lyttende rolle, fulgte opp eventuelle tråder der det ble vurdert som aktuelt, og hvor jeg stilte oppfølgingsspørsmål der jeg anså dette som nødvendig. Dette var også tilfellet ved enkeltintervjuet. Atmosfæren var spesielt avslappet under gruppeintervjuet. Elevene var fortrolig med at intervjuet ble tatt opp og var avslappet i forhold til dette. Samtidig virket de veldig ærlige og oppriktige.

6.5 Utvalget

Informantene er i alderen 18 og 19 år og er avgangselever ved Flekkefjord videregående skole. Flekkefjord videregående skole har en kapasitet på ca. 550 elevplasser. Skolen har ca. 85 ansatte. De fleste elevene kommer fra Flekkefjordsregionen: Flekkefjord kommune, Kvinesdal kommune, Sirdal kommune, Lund kommune og Sokndal kommune.

Flekkefjord videregående skole ligger i flekkefjord. Flekkefjord er Sørlandets vestligste by og ligger midt mellom Stavanger og Kristiansand. Bykommunen har omtrent 9000 innbyggere og ligger hvor Sørlandet møter Vestlandet og strekker seg fra kyst til heier. Her kan man finne alt fra den klassiske sørlandsidyll, med båtliv, hvite trehus og blomstrende hager, til en natur som er røff og spendende. Bysentrummet er lunt og intimt og er preget av sørlandsidyll med hvit trehusbebyggelse og trange gater. Flekkefjord regnes som sentrum for nabokommunene.

Flekkefjord videregående skole har et nært forhold til Dina Stiftelsen, som er tilknyttet evangeliesenteret i Sarons Dal i nabokommunen Kvinesdal. Skolen har siden 2007 støttet varmt opp om Dina stiftelsen arbeid gjennom operasjons dagsverk. Elevene viser et gryende engasjement rundt stiftelsen sitt arbeid, og skolen har gjennom de tre siste årene samlet inn over 365 000 kroner til stiftelsen sitt arbeid gjennom elev aksjoner. Elever og lærere fra Flekkefjord videregående skole har også vært i Afrika for å besøke arbeidet til Dina Stiftelsen. Dina Stiftelsen skal blant annet formidle humanitær hjelp, bidra i prosjekter som tar sikte på å forbedre levevilkår og livstandard for befolkninger i utviklingsland, sikre grunnleggende menneskerettigheter og bidra til fred og forsoning. Dina Stiftelsen skal også drive med informasjonsarbeid i Norge om mennesker i nød, nødens årsaker, nødlidende ressuser og om hvordan mennesker i Norge kan bidra til å avhjelpe nød. Dina Stiftelsen arbeider i Kongo, Burundi, Rwanda, Indonesia og India (Dina Stiftelsen 2010).

Årsaken til at informantene kommer fra Flekkefjord videregående skole, er fordi skolen inngår i et større prosjekt. Utvalget er ikke representativ, men er valgt ut i fra tilgjengelighet. Med dette menes at deltagelse i intervjuene gikk på frivillighet. Gruppen er i stor grad homogen med tanke på holdning til bistand, hvilket alle informantene stiller seg positiv til. Fire av elevene tar samfunnsfag som programfag og har undervisning i historie og sosialkunnskap. Tre av elevene tar ikke samfunnsfag som programfag og har undervisning i historie. Elevene er ikke særlig entusiastiske med tanke på fagene, verken historie eller sosialkunnskap. Men de gir uttrykk for at de er greie nok. Kun to elever gir spesielt uttrykk for at de syntes at fagene er kjedelige.

Jeg har i denne undersøkelsen valgt å referer til informantene som elever. Dette ønsker jeg i noen grad å redegjør for, med tanke på at det ikke er helt opplagt hvorvidt jeg studerer elever eller ungdommer. Slik jeg har gjort mine vurderinger, har jeg blant annet lagt vekt på tilknytning til skolen i undersøkelsen. Denne tilknytningen kan anses som noe tynn. Jeg studerer ikke informantene i en klasseromsituasjon. Faglærer er heller ikke tilknyttet undersøkelsen. Tilknytningen til skolen kommer blant annet gjennom problemstillingens utgangspunkt i kunnskapsløftet. Jeg ønsker på bakgrunn av kunnskapsløftet og den konkretisering som er blitt gjort på fagnivå, å få innblikk i hvordan elever benytter seg av den kunnskapen de tilegner seg i klasserommet, utenfor klasserommet. Ved å referer til informantene som elever, ønsker jeg å tydeliggjøre den kompetansen som de har tilegnet seg i klasserommet. Og hvordan jeg aktivt gjør en tolkning på i forhold til den kompetansen.

6.6 Reliabilitet

Reliabilitet betyr pålitelighet og troverdighet. Troverdighet sier noe om forskningen utføres på en tillitsvekkende måte. Man må kunne stole på både datamaterialet og resultatene av undersøkelsen. I kvalitativ metode vurderes dette gjennom kritisk vurdering i forhold til de fortolkninger som forskeren har foretatt i hele forskningsprosessen (Getikow 2002)

Innsamling av data

Under intervjuene ville jeg forsikre meg at jeg forsto utsagnene til informantene, slik de hadde tenkt det. Jeg brukte blant annet oppfølgingspørsmål i de tilfellene jeg var usikker på om jeg forstod det slik de hadde tenkt. Jeg fulgte også opp rundt spørsmålene, slik at de måtte gå mer i dybden og presisere nøyere. Til tider oppfattet elevene dette som litt irriterende, men fulgte i stor grad opp om oppfordringen, enn om noe uvillig. Med tanke på analysen i etterkant var dette en fordel, fordi det i liten grad oppstod utsagn som jeg var usikker på.

Fortolkning og analyse.

Jeg har gjort vurderinger gjennom hele fortolkningsprosessen, blant annet med tanke på hvordan jeg har knyttet data opp mot kategorier og teori, og føler selv dette er gjort på en hensiktsmessig måte. Det har hele tiden vært mitt mål at elevene skal kunne kjenne sine standpunkter og holdninger igjen. Jeg har derfor forsøk ikke være selektiv til spesielle

holdninger, men basert på helheten. I de tilfellene det var noen som skilte seg ut har jeg belyst dette i det empiriske materialet.

6.7 Validitet

Validitet kan oversettes med bekreftbarhet eller gyldighet. Bekreftbarhet knyttes til kvaliteten av forskningen, og om den forståelsen det enkelte prosjekt fører til, støttes av annen forskning. I kvantitative studier er det vanlig å teste validitet på samme måte som reliabilitet; ved gjentakelse av studien, for å sjekke såkalte *stability of observation*. På samme måte som reliabilitet kan heller ikke validitet vurderes slik i kvalitativ forskning. I stedet kan man spørre seg om man i undersøkelsen måler det man tror man måler. Er spørsmålet operasjonalisert slik at du virkelig spør etter det du er ute etter i forhold til teorien? Mer konkret kan man i dette tilfellet spørre om jeg med dette opplegget virkelig undersøker informantenes opplevelse av disse annonsene/ reklamene eller om jeg undersøker noe annet? Man kan også utvide begrepsbruken for ytterligere anvendelser i kvalitative studier. Begrepet validitet bør også referere til den fortolkende fremgangsmåten som karakteriseres av kvalitativ metode, fordi den kvalitative metode i seg selv er ute etter å produsere valid kunnskap for å nå frem til sannheter. Man kan aldri sette seg mål om å finne den endelige sannheten, da dette er umulig, men man kan finne sannheter, som forteller biter om virkeligheten. (Getikow 2002:90)

Min vurdering av prosjektes validitet er at den er god. Bakgrunnen for denne vurderingen ligger blant annet i vurderingen av spørsmålets operasjonalisering. Jeg ønsket med dette prosjektet å få kunnskap om elevenes fortolkning av meditekster som annonser for hjelpeorganisasjoner. På bakgrunn av denne fortolkningen ønsket jeg blant annet å kunne si noe om elevenes globale bevissthet, samfunnsengasjement og hvordan de knytter undervisning i skolen til denne fortolkningen. Den teoretiske bakgrunnen for oppgaven handler i stor grad om konstruksjoner eller bilder av de andre, og blant annet hva som er særegent og preger konstruksjoner av "de andre", spesielt med tanke på "de andre" i "sør". Årsaken til dette er fordi reklamer og hjelpeorganisasjoner i stor grad omhandler eller representerer "de andre" i "sør". Hvordan elevene fortolker reklamene og annonsene for hjelpeorganisasjoner, kan derfor i noen grad sees på bakgrunn av disse bildene som finnes i media. Hvordan de fortolker reklamene og annonsene, kan også si noe om hvilken virkelighetsoppfatning de har og hvordan de ser den verden de lever i. Jeg mener at man også

ut i fra denne virkelighetsoppfatningen, kan si noe om elevenes globale bevissthet, holdninger til og synspunkter av ”de andre”. Hvordan de fortolker disse annonsene, kan også si noe om engasjement.

” overførbarhet har referanse til om tolkninger som er basert på en enkelt undersøkelse også kan gjelde i andre sammenhenger” (Thaagaard 1998:20)

Min vurdering er at mange av de holdningene og synspunktene som er kommet frem i undersøkelsen kan ha en mulig overførbarhet i andre sammenhenger. I undersøkelsen var det i stor grad konsensus om de prinsipielle holdningene til hjelpeorganisasjoner. Dette utelukker jeg ikke at kan være særegent med tanke på de informantene som deltok i undersøkelsen, samtidig som de holdningene de hadde like mulig kan ha en overførbarhet i andre sammenhenger

6.8 Annonsene

Problemstillingen for denne oppgaven handler om elevenes forolkning av annonser/ reklamer for hjelpeorganisasjoner. Jeg så det derfor som hensiktsmessig å vise elevene et par av disse i forbindelse med intervjuet. Bakgrunnen for dette var at de ville ha noe konkret å forholde seg til, samtidig som alle måtte forholde seg til de samme annonsene. Et annet alternativ kunne være å referer til eksempler. Ulempen ved dette kunne være at elevene kun husket bruddstykker av annonsene, at de ikke hadde observert noen, eller at jeg ikke hadde kjennskap til de samme annonsene som elevene. For å finne de forskjellige annonsene gikk jeg gjennom diverse nettsider. Dette var blant annet nettsider som nettavisen, VG's nettside og nettsider til diverse hjelpeorganisasjoner. Jeg ønsket i utgangspunktet å benytte annonser som var på diverse nettsider til oppgaven, men med tanke på fellesaksjonen i etterkant av jordskjelv på Haiti, var de fleste annonsene ensrettet mot hjelpearbeid i forbindelse med dette jordskjelvet. Annonsene for Redd Barna og Røde Kors er derfor hentet fra organisasjonenes nettsider, mens annonsen for Plan's jentekampanje er hentet fra VG sin nettside. Noe av årsaken til at jeg ønsket å hente annonsene fra diverse nettsider utenfor organisasjonenes egne nettsider, var fordi jeg ønsket å presentere dem via nettsiden slik de ofte forekommer. Gjerne som en liten rubrikk på en avis side eller en annen nettside. På den andre siden var det ikke avgjørende for hvor jeg fant annonsene.

Annonsene som ble valgt som utgangspunkt for intervjuene var Plan jentekampanje, Røde Kors annonse med HIV som tema og Redd barna fadderannonse; *Noen* må være der. Hovedfokuset ved valg av annonser var i dette tilfellet ikke hvilken hjelpeorganisasjoner som hadde annonsen, men annonsens karakter. Jeg ønsket å ha forskjellige annonser med tanke på uttrykk og måten de formidlet budskapet på. Budskapet i annonsene blir på mange måter ikke

6.8.1. Plan jentekampanje : hvor mye er en jente verdt?



(Plan Norge 2010)

Annonsen er hentet fra VG sin nettside og er opprinnelig mindre enn det dette bildet viser. Annonsen finnes også i diverse trykte versjoner i magasiner og aviser. Formatet er i trykte versjoner noe annerledes. Kampanjen til Plan setter fokuset på jenter. Annonsen består av bilde og teksten;

” mange land blir jenter sett på som mindre verdt enn gutter. Plan ønsker å gi disse jentene et ansikt, så de ikke blir glemt. ”

Trykker man på linken *eller lær mer*, vises teksten i sin helhet:

”I mange land blir jenter sett på som mindre verdt enn gutter. I India blir annenhver jente tvangsgiftet som barn. Altfor tidlig graviditet, skremmende høy dødelighet ved fødsler, vold mishandling og manglende skolegang, er resultatene av at barn må gjøre ting de ikke skal være nødt å gjøre.

Der barn har det verst, har jenter det ofte verst. Dette står i kontrast til hva en jente kan bidra med hvis de satses på. Erfaring viser at om man satser på jenter, skaper det positive ringvirkninger også for familien og lokalsamfunnet. Plan aksepterer ikke at jenter sees på som mindre verdt enn gutter. Vi jobber for at alle barn skal ha rett til å overleve, utvikle seg og få mulighet til å bestemme over eget liv. Også jenter.”(Plan norge)

Hovedfokuset i annonsen er bildet av en indisk pike med en orange blank prislapp strategisk plassert på et punkt i pannen. I annonsene hvor teksten er i sin helhet og mer utfyllende, er teksten svært liten. Min tanke omkring hensikten ved dette, er at man i stor grad fokuserer på symbolikk i denne annonsen. Man har i liten grad behov for teksten, fordi bildet taler for seg selv. Bildet av piken med en prislapp i pannen antyder kastemerket og kastesystemet. Overskriften ” hvor mye er en jente verdt?”, understreker prislappen og dennes betydning. Og dermed også annonsens budskap, som har med verdi av jenter å gjøre.

Bakgrunn for valg av annonsen, er blant annet fordi den fokuserer sterkt på symbolikk. En annen årsak til valg av annonsen, er at Plan har valgt å fokusere på India og hinduisme. Annonsen fokuserer på kastesystemet som det essensielle ved indisk kultur.

Noe av kritikken til denne kampanjen, har blant annet vært spørsmål om hvorfor ikke Plan har avbildet en jente med hijab. Jeg har ikke til hensikt å spekulere i dette, men syntes kritikken illustrerer en kritisk holdning omkring hva man velger å fokusere på i slike annonser. Ved å fokusere på noe, kan man ta fokuset vekk fra noe, eller utelate noe annet. Dermed kan annonsen også være interessant med tanke på hva den ikke fokuserer på. Og hvordan elevene eventuelt forholder seg til dette, med tanke på hvordan de fortolker reklamen.

6.8.2.Redd barna fadderannonse: Noen må være der.



(Redd Barna)

Annonsen til Redd barna er har et veldig enkelt uttrykk med bilde og tekst. Bildet er redigert sammen av to bilder og sammen viser det en blond kvinne som holder rundt en asiatisk pike. Annonsens budskap er fadderskap. Som fadder er du den som bidrar til trygghet og omsorg for piken, uten at du trenger å befinne deg samme sted geografisk sett. Annonsen oppfordrer til at folk skal ta ansvar, samtidig som den uttrykker at du som fadder kan gjøre en forskjell.

Hvis *noen* må være der, kan man tolke det som at ingen andre er der. Piken fremstår da som helt alene i den store verden. Man kan blant annet stille spørsmål om ikke piken er en del av et samfunn. Hvilken syn kan slike annonser gi av disse samfunnene om barna blir helt alene om mor og far dør? Med tanke på at hun er helt alene og at *noen* må være der, kan dette tolkes som om ingen tar ansvar for henne eller bryr seg om henne. Fadderskapet slik det fremstår i annonsen kan assosieres med omsorg og kjærlighet, blant annet med tanke på kroppsholdning. Annonsene kan åpne opp for en tolkning som tilegner faddere i Norge en større omsorgsverdi enn andre mennesker i hennes eget lokalsamfunn. Annonsen kan også åpne opp for et syn som forsterker et fokus på landene som hjelpende og trengende, uten stand til å handle, ta ansvar eller ta vare på sine egne, og som trenger å bli reddet.

6.8.3 Røde kors ; Fadderannonse.



(Røde kors)

Annonsen for Røde kors er hentet fra organisasjonen sin egen nettside. Annonsen kan sies å være en liten reklamefilm i likhet med dem som sendes på TV. Under intervjuene med elevene ble denne filmen spilt for elevene.

Beskrivelse av reklamefilmen:

Kort ” film” om en jente. Filmen begynner med bred vinkel slik at man får et lite innblikk i omgivelsene, som gir et lite innblikk i de fatteslige kårene til piken. Videre i filmen fokuseres filmingen på ansiktsuttrykket til piken på bildet, de triste øynene og tårene. Mot slutten av filmen ler og smiler piken. Det er ingen lyd på filmen, men det følger med en tekst under bildet som gir en liten beskrivelse av historien til piken;

Jeg heter Limpho og bor i Lesotho med bestemoren min. Mamma og pappa er døde. Før var jeg mye syk. Røde Kors tok meg til en lege. som fant ut at jeg var HIV positiv. Nå hjelper Røde Kors meg med medisin, tepper, mat og jeg går på skolen. Livet mitt er bedre nå. Tusen takk.

Budskapet i denne annonsen er også fadderskap. De legger vekt på at det nytter å hjelpe. Det er samsvar mellom følelsene til jenta og teksten. Når du kommer til det positive i teksten, samsvarer dette med når jenta i filmen begynner å smile. Annonsen spiller i stor grad på følelser og medlidenhet, samtidig som den som har en grad av positivitet i seg.

7. Presentasjon av funn

7.1 Disstant suffering

Annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner legger i stor grad vekt på lidelse og nød. Her kan jeg blant annet vise til Redd Barna- Avis og beskrivelse bistandsorganisasjonens informasjonsstrategi: ”1. Skape sjokk, medlidenhet eller dårlig samvittighet for å åpne folks lommebøker (innsamling), 2) Skape kunnskap om, og tillit til, egen organisasjon (tilb.mld), 3) Skape innsikt i forholdet mellom nord og sør, kunnskap om folk i den tredje verden og økt forståelse mellom folkeslag (folkeopplysning). (Gjengitt i Tvedt 2009:159)

Kennedy (2009) peker blant annet på at fokus på lidelse er et viktig element hjelpeorganisasjoners markedsføring av seg selv og sitt arbeidet. Noe årsaken til dette er at lidelse skaper en sjokk reaksjon og bidrar til oppmerksomhet. Kennedy peker på at denne sjokkeffekten er en effektiv metode for å tiltrekke seg givere. Medlidenhet står med andre ord som sentralt virkemiddel for å røre følelsesmessig ved folk, derfor anså jeg det som vesentlig å spørre om elevenes følelsesmessige reaksjon i forbindelse med reklamene.

Gullestad (2007) peker blant annet på at bruk av medlidenhet kan føre til stereotyper som kan bidra til avstand.

Elevene mener at reklamene påvirket dem følelsesmessig i mindre grad. Noe av årsaken til dette begrunnes med at *de har sett det før*. De mener de i stor grad blir eksponert for diverse reklamer for hjelpeorganisasjoner som for dem, i utgangspunktet benytter den samme malen gjentatte ganger. En av elevene betegner reklamen som klisjeaktig. Samtidig påpeker elevene at de i tillegg blir eksponert for vold og lidelser på film. De refererer også til nyheter som en kilde til lidelse og nød. De uttrykker selv at de i stor grad er blitt immune for store følelsesmessig inntrykk. Samtidig peker elevene på at det er noen annonser og reklamer som skiller seg noe ut. I disse tilfellene er det helst annonser og reklamer som gir innblikk i enkeltskjebner. Ved slike annonser og reklamer antyder de at de som oftest syntes synd på personene i anonnene eller reklamene.

En elev uttrykker det slik,

”Det er jo utrolig mange slike reklamer også, man blir blasert etter hvert.” (Steffen 19 år)

Steffen mener man til slutt har lett for å bli følelsesmessig immun mot slike reklamer, fordi man til stadighet blir eksponert for slike reklamer, både på diverse nettsider og på TV. Han peker på at man i tillegg kan sammenlikne dem med nyhetsreportasjer. Han mener blant annet at en slik eksponering bidrar til at man ikke tar det man ser til seg på samme måte, som man kanskje hadde gjort om slike bilder og annonser tilhørte sjeldenheten.

En annen elev gir uttrykk for at det kan være vanskelig å gjenkjenne annonser for hjelpeorganisasjoner. Hun mener det er vanskelig å skille de fiktive historiene fra de virkelige.

"Når vi ser en plakate som dette, som er ekte, tror jeg ikke vi kjenner det igjen."(Marita 18 år)

Marita viser til Plan annonsen og mener det like god kunne ha vært en reklame for en film. Eleven mener man ser mye vold og lidelse på TV, både på film og nyheter, og mener selv at reklamene og annonsene for hjelpeorganisasjoner derfor kommer inn i en rekke av kilder til vold, lidelse og nød. Hun antyder at hun syntes det er vanskelig å skille det fiktive fra det virkelige, med tanke på når hun burde *stoppe opp å se*.

(...)For det kan jo like gjerne være en reklame for en ny serie eller en film.....(kamilla 18 år)

Marita mener hun i stor grad er blitt vandt med å se slike ting, folk som er slemme mot hverandre, enten det er fiksjon eller ekte. Hun mener dette er noe av årsaken til at det blir vanskelig å engasjere seg følelsesmessig. Hvis dette hadde vært et valg, mener hun at hadde hun gjort det. Hun mener selv hun i stor grad er blitt immun for store følelsesmessige reaksjoner.

En annen elev betegner annonsene og reklamene for hjelpeorganisasjonene som klisje.

(...) Klisje historie med døde foreldre som er døde av HIV og sånt...det er sånn vanlig historie. (Henrik 19 år)

Når jeg ber Henrik utdype hva han mener med klisje historie, viser han til hvordan de fleste humanitære organisasjonene bruker de samme historiene, eller liknende historie for å få støtte. Han mener denne reklamen representerer en slik reklame. Han mener de bruker slike historier fordi de er sanne og at mye slikt skjer. Han understreker også at slike type reklamer skaper mye sympati hos folk, og at de spiller mye på sympati for å mest mulig støtte slik at de kan hjelpe. Han mener det derfor er klisje med en god grunn.

Samtidig skilte Røde Kors reklamen seg litt ut. Rent følelsesmessig var det denne reklamen som hadde størst appel til de fleste av elevene. De begrunnet dette med at den var mer følelsesladet og personlig. De fleste elevene reagerer med at de syntes synd på gutten.



Denne traff meg, jeg syntes så synd på gutten, jeg føler at jeg vil hjelpe han. Denne reklamen gjorde meg ordentlig trist. (Kathrine 18 år)

Kathrine mener det er lettere å bli følelsesmessig engasjert av slike reklame. Elevene mener det på mange måter er lettere å få en relasjon eller et bånd mellom seg selv og personene i disse reklamene. Dette bidrar, i følge dem, til at det blir lettere å engasjere seg. Kennedy (2009) peker blant annet på fokusering på bildeannonser har en kommunikativ rolle. Bildene fungerer som en brobygger over avstand og bringer den lidende nærmere givene. Hensikten er å minske avstand og skape en følelse av relasjon til offeret. Samtidig som Kathrine blir berørt av annonsen, innebærer ikke dette nødvendigvis til langvarig engasjement eller til handling, annet enn den følelsesmessige involveringen hun har for gutten, det at hun syntes synd på ham. Som nevnt tidligere viser Gullestad (2007) til utfordringen ved ønske om å skape skape medfølelse uten å skape medynk, og viser til at det som regel ender opp med å skape medynk. Som vist til tidligere er forskjellen mellom medfølelse og medynk stor. Medfølelse eller barmhjertighet er å bli slått av andres lidelser, som om det var smittsomt. Denne følelsen opphever avstand, mens det å syntes synd på fremkaller avstand. I følge Hanna Arendt (i Boltanski 1999) ender personer eller institusjoner som ønsker å få frem medfølelse med folk som kategorier, ikke som individer, uungåelig opp med å lokke frem medynk, stakkarligjøring og en følelse av å syntes synd på dem. Samtidig som de fleste av elevene syntes det var lett å bli følelsesmessig engasjert av Røde Kors reklamen, hevdet de

fleste av elevene at de ikke umiddelbart ønsket å gjøre noe i tilknytning til denne, selv om de syntes synd på gutten.

I den ene gruppen ble det i større grad reflektert over andre lignende reklamer i tilknytning til denne. De hadde alle sett en reklame som har gjort sterkt inntrykk på dem. Den handler om fattige barn om blir seksuelt misbrukt. Samtidig er det blandede reaksjoner rundt følelsene i tilknytning til denne reklamen.

”For meg blir nesten det litt for mye. Jeg blir egentlig litt mer kvalm. Blir ikke så motivert ti å hjelpe. Jeg får bare lyst til å få reklamen på avstand. Den blir for grov for meg, det blir for mye. Ikke nok med at de lever i fattigdom og har det forferdelig. De blir seksuelt misbrukt i tillegg.....Jeg vet ikke...Det blir for perverst.” (steffen 19 år)

Ut i fra denne elevens synspunkt, bidrar ikke grovheten til større engasjement hos denne eleven. Den bidrar derimot til det motsatte, den bidrar til at eleven i større grad ønsker å skape avstand til problemet reklamen henviser til fordi han føler seg ile til mote ved at slikt kan skje.

”Nei, jeg blir litt mer sånn at jeg har lyst til å springe inn å slå han som gjør det.” (Marita 18 år)

En medelev reagerer i motsetning til den andre eleven, og reagerer med sinne. I likhet med medeleven syntes hun denne reklamen viser hvor utrolig urettferdig verden er. Hennes første reaksjon er at hun ønsker å få utløp for frustrasjonen sin med den bestemte handlingen.

En annen reflekterer over denne reklamen som et virkemiddel for å få inn mer penger, og skjønner ikke hvorfor de må gjøre den så grov.

(..)Jeg trodde vi var veldig flinke til å gi penger i Norge. Jeg fatter ikke at de må gå så langt i Norge. (Kathrine 19 år)

For henne blir denne reklamen i større grad en fiktiv historie. Hun antyder blant annet at det oppfattes som litt provoserende at det lages slike reklamer, som for hennes del er litt drøye, i håp om at flere skal sende penger eller bli faddere. I hennes tilfelle bidrar dette synet på reklamen, som et virkemiddel for å få inn mer penger, til å skape avstand.

Selv om elevene mener de blir noe mer følelsesladet av slike reklamer, understreker de at dette ikke er den avgjørende faktoren for engasjere seg. De mener det blir med det øyeblikket,

og så tenker man ikke noe over det. Samtidig påpeker de at dette er noe de syntes er dumt, og ønsker de i større grad ble påvirket av slike annonser og reklamer.

På den ene siden bidrar reklamene og annonsene til å skape empati hos elevene. På den andre siden legger elevene stor vekt på følelsesmessig immunitet overfor slike reklamer. Samtidig vil jeg ikke påstå at dette er likgyldighet. Vettenranta (2005) viser til liknende følelsesmessig immunitet i hennes undersøkelse av ungdom og katastrofenyheter. Hun viser blant annet til at det innenfor medieforskning har oppstått en ny fagterm, global medlidenhetsdiskurs. Denne globale medlidenhetsdiskursen har oppstått i kjølevannet av verdensomfattende konflikter. Menneskelige lidelser er i mediefokus også i reportasjene om fjerne kriger og kriser. Forbrytelse mot menneskeheten, overgrep og vold mot uskyldige ofre, er kjernen i den globale medlidenhetsdiskursen. De globale katastrofene følges ofte opp av humanitære aksjoner, og disse betraktes som moralsk riktige i kampen for et verdensomfattende demokrati. Samtidig med medlidenhetsdiskursen har det oppstått et nytt fenomen, medlidenhetsutmattelse. Medlidenhetsutmattelsen sees på som en av årsakene til at mye av den internasjonale nyhetsformidlingen er mislykket. Denne utmattingen sees også som en av årsakene til at publikum ofte blir beskyldt for likgyldighet, flyktig og kortvarig interesse for internasjonale saker. Bordieu (1996) beskriver blant annet virkeligheten i nyhetene som en absurd serie av katastrofer som verken kan forstås eller påvirkes. Han peker på at vår tid er full av etniske kriger, rasisme, vold og kriminalitet. Nyhetene bidrar, i følge ham ikke til mobilisering eller politisering, men den øker heller fremmedfiendtlighet, skaper fatalisme og manglende engasjement. Fjernsynsnyhetene fragmenterer verden ved å presentere den gjennom absurde fortellinger om uendelige parader av fattige land. Hendelsene dukker opp uten forklaring og forsvinner fra skjermen uten løsning. Som nevnt tidligere er dette noe av årsaken medlidenhetsutmattelse som beskrevet tidligere hos Vettenranta (2005)

Slik jeg tolker det, blander elevene i stor grad nyhetsendinger og annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner. De antyder at nyhetsreportasjer og annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner for dem har flere likheter. Spesielt når det kommer til eksponering av mennesker som lider og er i nød. Elevene antyder at dette er noe av årsaken til at de gjerne generelt er immune mot store følelsesmessige inntrykk i møte med TV bilder og annonser som har med lidelse og nød og gjøre. Som vist tidligere kan bruk av medlidenhet ha flere følger. Gullestad (2007) viser blant annet til at bruk av medlidenhet kan bidra til en stakkarsliggjøring av folk og ende med å skape medynk. Dermed kan det å fokusere på medlidenhet skape avstand. Vettenranta (2005) peker også på at fokusering på medlidenhet

kan bidra til avstand, dette som en følge av medlidenhetsutmattelsen som man kan se i sammenheng med den globale medlidenhetsdiskursen. Kennedy peker blant annet på at bilder av lidelse er effektive med tanke på pengeinnsamlinger og bevissthetsaksjoner. Samtidig peker han på at sjokkeffekten kan forsvinne fordi man blir vandt med å se mennesker som lider i annonsene. Slik jeg ser det kan man se medlidenhetsutmattelse og Kennedy i sammenheng med hverandre. Man kan også se elevenes refleksjoner over egne følelser, eller fravær av disse på bakgrunn av medlidenhetsutmattelse og redusert sjokkeffekt.

7.2.1 Engasjement

De fleste av elevene føler i liten grad at annonsene og reklamene bidrar til å engasjere dem. De hevder at det ikke først og fremst er annonsene og reklamene som får dem til å handle. Annonsene har i følge elevene liten langvarig virkning, og er noe man ikke tenker så mye på. Samtidig som det er noen annonser og reklamer som gjør mer inntrykk enn andre. Noe av årsaken til dette begrunner de som nevnt tidligere blant annet med stor grad av eksponering av slike reklamer. De føler de i stor grad blir eksponert for variasjoner av de samme reklamene om igjen, og mener de i stor grad har en mal de går ut i fra når de skal lage reklamene.

(..)er det ikke han samme mannen som snakker i alle reklamene? (Maya 19 år)

Elevene peker på at det som ofte er den samme personen som forteller historiene på reklamene på TV. De føler det i liten grad er noe forskjell på organisasjonene eller reklamene. Det er vanskelig å skille, fordi inntrykket er at alle reklamene er så like.

(..)Lille mumbat bor i en pappeske.... (Steffen 19 år)

Steffen trekker frem Plan sine reklamer som et eksempel på standard formler.

Det at de i stor grad føler at de blir eksponert for de samme reklamene, skaper også avstand og bidrar til distansering fra problemene annonsene viser til.

Pål stiller seg litt kritisk til det negative fokuset i reklamen. Han mener blant annet at han ville blitt mer engasjert, hvis reklamene i noe større grad fokuserte på hvordan bistandsarbeid bidro til å endre forholdene til det positive. Eleven mener og tror at hjelpeorganisasjonen ville fått mer støtte hvis de i større grad fokuserte på å vise til resultater, ikke kun lidelser og elendighet. Han peker på at folk i større grad ville kunne se resultatene og at det nyttet, og dermed vil de også støtte når de vet at deres bidrag hjelper. Noen av elevene understreker

også at noe av problemet med å engasjere seg, er følelsen av at det er så langt borte. De relaterer også det å forholde seg til ting langt borte med nyhetene og peker på at det i større grad er fokus på hvor mange nordmenn som er omkommet i katastrofer/ ulykker. De understreker også at det er lettere å ”klikke” seg inn på nyheter når man ser at det er nordmenn involvert. Dette blant annet fordi man relaterer det lettere til seg selv siden man er norsk selv. Som nevnt tidligere viser blant annet Kennedy (2009) til forholdet mellom nærhet og assistanse. Man har lettere for å hjelpe, eller ha medlidenhet for noen man kjenner eller er nær enn en fremmed.

Elevene hevder at annonsene i liten grad er utslagsgivende når det kommer til konkrete handlinger. Elevene føler de i større grad har behov for en direkte henvendelse eller kontakt, hvis de skal gjøre noe konkret i forhold til problemene annonsene og reklamene viser til. Tvette og Nordkvelle (2010) peker blant annet på at det i det lokale læreplaneverket, skal være rom for å skyve grensene i retning av konkret bistandsarbeid, holdningskapende arbeid som involvere kropp og hode, som kan skape opplevelser av solidaritet på en dypere måte. Flere av elevene understreker betydningen av skolen som arena for kontakt mellom frivillige organisasjoner og elever, for eksempel i forbindelse med humanitære aksjoner. Av konkrete henvendelser viser elevene til Kreft aksjon og Dina stiftelsen, som de alle har vært aktiv deltakere. Overskuddet av inntekten fra russerevyen gikk også til Dina Stiftelsen, som har vært en tradisjon de siste fire årene. Noen elever har i tillegg deltatt i andre humanitære aksjoner. Samtidig som flere av elevene påpeker at de føler det er viktig å delta på slike aksjoner blant annet med tanke på solidaritet, påpeker flere av elevene at det er vanskelig å komme med noen gode argumenter for ikke å være med å delta når noen kommer med slike henvendelser. Samtidig hevder flere av elevene at det å delta på slike aksjoner også har betydning for dem personlig. De understreker at de føler de bidrar med noe viktig når de deltar på slike aksjoner, og flere av elevene mener det har vært svært positivt å deltatt på slike aksjoner.

Marita peker blant annet på slike aksjoner som en vinn vinn situasjon for alle involverte parter.

”Jeg tror slike organisasjoner tjener sykt mye av å reise rundt på skolene og få med seg elever” (Marita 18 år)

Slik hun ser det, tjener organisasjonene bra ved å involvere skoler og elever i diverse innsamlingsaksjoner. Den ene grunnen er at det er mange elever som kan være med å bidra.

De fleste av elevene understreker at det er de ferreste som ikke deltar eller bidrar på noen som helst måte. Hun påpeker også at flere elever arbeider spesielt hardt i forbindelse med slike aksjoner. Den andre grunnen er, slik Marita ser det, at arbeidet for å hjelpe andre har en stor verdi i seg selv. Personlig syntes hun det er morsomt å hjelpe andre.

Selv om elevene understreker at annonsene og reklamene ikke er utslagsgivende når det kommer til konkrete handlinger, føler elevene i stor grad at spørsmålene eller problemene i annonsene og reklamene anngår dem på forskjellige måter. Reklamer og annonser for hjelpeorganisasjoner får dem til å reflektere over sine egne liv. De føler seg privilegerte som bor i et velfungerende land som Norge, hvor de kan vokse opp under fredelige, trygge og gode økonomiske forhold. Man kan antyde at annonsene og reklamene bidrar til å tydeliggjøre deres egen trygge verden og omgivelser. Dette blant annet på bakgrunn av den sterke kontrasten mellom de bildene som vises i annonsene og reklamene, og deres egen virkelighet. Elevene peker på at det er viktig å tenke på at ikke alle har det like godt å engasjere seg i spørsmål i knyttet til blant annet fattigdom og urettferdighet.

Vivian uttrykker det slik i forbindelse med annonsen for Plan.

”Når man er jente selv så tenker man jo på hva som skjer med andre jenter” (Vivian 19 år)

Vivian mener hun er heldig som bor i et land hvor jenter og gutter er likestilte, og føler at det er viktig at hun som jente engasjerer seg i spørsmål som angår jenter i andre land. En annen elev peker på at det er like viktig at også gutter engasjere seg i slike spørsmål.

(...)Det er bra jeg har mamma og tak over hodet (Vivian 19 år)

Samtidig som eleven syntes at det er fælt at jenta på reklamen har det vondt, er det ikke nødvendigvis der det største fokuset er. Reklamene som handler om nød og lidelse får dem i større grad til å tenke over hvordan de selv har det, og at de har det veldig godt i forhold til andre mennesker. Annonsene får dem i større grad til å føle seg privilegerte og til å føle en takknemmelighetsfølelse over det livet de har. Vettenranta (2005) viser blant annet til hvordan nyhetsreportasjer fungerer som et bakteppe for ungdommens egen forståelse av seg selv og sin egen identitet og en erkjennelse av landet de bor i i forhold til resten av verden.

7.2.2 Grunnlag for engasjemang

Elevene mener i stor grad at det er viktig å engasjere seg i forhold som har med fattigdom, ulikheter og urettferdighet i verden å gjøre. De peker på at det er alle sitt ansvar hvordan verden er, og at alle i større grad burde engasjere seg i slike spørsmål eller problemstillinger. Slik man kan tolke elevene, vil engasjemang i stor grad innebære det å *hjelp*e andre mennesker. Dette skyldes mer eller mindre en kombinasjon av plikt, at det er moralsk riktig og at de generelt har lyst til å hjelpe fordi de vil det selv. De fleste av elevene understreker at de sjeldent eller aldri får dårlig samvittighet når de ikke velger å hjelpe når ser annonser for diverse hjelpeorganisasjoner. Noen av elevene påpeker, i forbindelse med dette, at det er mye urettferdighet i verden, og mener man ikke kan ta alt innover seg. Noen få elever hevder at de får dårlig samvittighet, men understreker at den dårlige samvittigheten ikke er drivkraften bak det å ville hjelpe. Som vist tidligere legger elevene i stor grad vekt på deres egne gode forhold som begrunnelse for å ville hjelpe andre. Dette gjelder både deres egne liv og Norge som helhet.

” Det er alles ansvar, hvordan verden er... ” (Pål 19 år)

Pål mener det er alles ansvar hvilken verden vi lever i. Og mener at vi likevel har ansvar selv om hendelsene er langt borte. Han peker blant annet på at det er viktig at alle engasjere seg i forhold til hvilken verden vi ønsker å ha.

For andre elever er spørsmål om engasjemang mer personlig og følelsesmessig.

”Jeg vil hjelpe fordi jeg har lyst til å hjelpe andre mennesker, jeg føler de er noe inni meg som sier jeg må” (Marita 18 år)

Marita utelukker ikke at det kan være en blanding av pliktfølelse hun ønsker å hjelpe. Dette med tanke på at hun har det så godt og føler hun bør hjelpe andre mennesker som ikke er så heldige. Samtidig hevder hun at hun ikke får skyldfølelse i forhold til reklamene, men at hun får et innblikk i hvor urettferdig verden egentlig er.

”Jeg vil hjelpe andre fordi jeg er et godt medmenneske” (Kathrine 19 år)

Kathrine peker på at det å hjelpe andre mennesker som ikke har det så godt som en selv, er moralsk riktig og noe alle personer bør gjøre. Samtidig peker hun på at hun ikke gjør det ut i fra en pliktfølelse eller en skyldfølelse, men noe hun gjør fordi hun vil, fordi hun vil være et godt medmenneske. Det ligger i følge henne selv, i hennes natur å være god.

” vi har det veldig bra i Norge, det som kanskje er en ubetydelig sum penger for deg, kan kanskje ha betydning for andre ” (Henrik 19 år)

Henrik mener det er viktig å støtte, og begrunner det med at det er viktig å skjønne at det ikke er alle som har det som her i Norge. I likhet med Henrik mener også Steffen at det er viktig å se på den situasjonen man har i Norge, som bakgrunn for å hjelpe. Det at man har det så bra i Norge er en viktig faktor.

”..... ville hevdet at hvorfor skal vi hjelpe Afrika, når vi har problemer i Norge? Slik jeg ser det så har vi problemer i Norge, men vi har en relativt velfungerende velferdsstat, og syntes vi godt kan vende blikket litt utover.” (Steffen 19 år)

Steffen peker både på Norges rolle som nasjon og på den enkelte. Også denne eleven tar utgangspunkt i at man i Norge er privilegert og derfor bør hjelpe andre som ikke er fullt så privilegerte. For denne eleven handler det i større grad om hvilken situasjon man er i, hvilke muligheter man har til å hjelpe andre. Han mener man i stor grad bør hjelpe andre hvis man har muligheter til dette.

Som nevnt tidligere er det av stor betydning for elevene at de lever i et rikt og trygt land, som bakgrunn for det å hjelpe andre. Noen av elevene peker på at problemene i for eksempel Afrika ikke kan sammenlignes med Norge. For å understreke dette, peker de blant annet på at det ikke er vanlig å dø av sult i Norge, som følge av fattigdom. De peker blant annet på levestandarden i Norge, og at denne i forhold til andre land er høy. Fattigdom i Norge forbindes blant annet med dem som har mindre enn gjennomsnittet. De peker også på muligheten på å få hjelp i Norge. Elevene mener det alltid vil være en løsning. Det er alltid noen som kan hjelpe. Samtidig som de understreker at fattigdom i Norge også kan være litt tabubelagt, og at det kan være vanskelig for dem som er fattig å søke hjelp. Elevene mener det er flere faktorer som spiller inn med tanke på fattigdom i Norge, men peker på at de fattigste i Norge, gjerne er rusmisbrukere.

” Det finnes fattigdom i Norge fordi levestandarden er så høy ” (Steffen 19 år)

Elevene er enige om at fattigdom i Norge ikke kan sammenlignes med det å være fattig i Afrika. De peker blant annet på den høye levestandarden vi har i Norge for å understreke dette. Samtidig som elevene peker på at det kan være vanskelig å være fattig i Norge, spesielt med tanke på familier som ikke har råd til at barna går på diverse fritidsaktiviteter, eller har råd til

dyre klær, bagatelliserer de på mange måter fattigdom og det å være fattig i Norge. Noe av årsaken til dette kan være fodi elevene i stor grad forbinder fattigdom med den ytterste nød.

” Det finnes alltid noen du kan gå til i Norge, det finnes alltid en plass du kan få hjelp ”(Kathrine 19 år)

Eleven peker på at det alltid er muligheter for å få hjelp i Norge. Det finnes blant annet en rekke hjelpeorganisasjoner som står klare til å ta i mot mennesker som oppsøker dem med et behov for klær og mat.

” I Norge er det flere steder du kan få klær, mat og hjelp, men noen syntes kanskje det er vanskelig å oppsøke slike steder, kanskje fordi de gjerne er litt avhengig av heroin.... ”
(Steffen 19 år)

Steffen antyder at de som er fattige i Norge i dag , gjerne er rusmisbrukere. Samtidig understreker han at man ikke kan si at fattigdom i Norge er selvforskyldt. Det er alltid flere faktorer som spiller inn.

” I Norge kan du spørre naboen om mat hvis du ikke har råd til mat... ” (Kamilla 18 år)

I likhet med de andre, peker Kamilla på at man har muligheter til å få hjelp av andre. Hjelpen vil aldri være langt unna i Norge. Man kan antyde at elevene ikke syntes fattigdom er et problem i Norge, blant annet fordi de alltid ser en løsning. Samtidig som det påpekes av medelver at de fleste vil kvie seg for å spørre naboen om mat. På den andre siden understrekes det at det alltid er muligheter for å få hjelp, hvis man har behov for det. I Norge vil man aldri være på randen av den ytterst nød, fordi det alltid finnes muligheter og ikke minst håp, blant annet fordi det alltid vil være en løsning. Man får dermed en antydning om at elevene ser på fattigdom i Norge som et midlertidig problem.

”I Afrika er det ingen du kan spørre om hjelp....for ingen har noe der.” (Kathrine 19 år)

Mens elevene peker på at man alltid har et valg og en løsning i Norge, understreker de at man i Afrika ikke har noen muligheter. Man kan ikke spørre naboen om mat en gang. Det finnes i liten grad løsning på deres problemer. Det finnes i liten grad håp. Menneskene i Afrika er i stor grad avhengige av deres hjelp som individer og hjelpeorganisasjoner for å overleve. Håpet finnes utenfor Afrika, ikke i selve Afrika.

Samtidig som elevene syntes det er viktig å hjelpe mennesker i andre land, føler de samtidig at behovet er stort og føler en viss avmakt med tanke på omfanget. Elevene er noe uenige med tanke på hvor flink man er til å gi penger i Norge. Noen mener at nordmenn generelt bidrar nok, mens andre er av den oppfatningen at nordmenn generelt kan bidra med mer fordi man har det så godt. På den andre siden understreker de at man må tenke på situasjonen til de landene man gir til, og om pengene kommer de trengende til gode. De peker blant annet på korrupsjon og strukturelle forhold som årsak til at bistand i liten grad hjelper. Samtidig har elevene stor tiltro til de humanitære organisasjonene, og mener man i stor grad kan støtte slike, som for eksempel Røde Kors.

”vi har det så sykt bra i Norge, vi kunne gitt enda mer enn det vi gjør” (Marita 18 år)

Marita er en av elevene som syntes at nordmenn generelt og Norge som nasjon, burde gi mer til fattige land. Hun begrunner dette i likhet med flere av de andre elevene, med at vi har det så godt i Norge. Det at vi har så mye, mener hun i seg selv burde være en god nok grunn for hjelpe dem som ikke har det så godt.

Kathrine påpeker at hun gjerne ønsker å gi mer i støtte i form av økonomiske bidrag, men at det ikke er alltid hun føler hun har råd. For Marita er dette helt uforståelig. Slik hun ser det, har alle som bor i Norge råd til å hjelpe andre.

”Jeg tenker..at jeg har lyst til å ha fadderbarn, men så har jeg ikke råd. Sånn hver måned.” (Kathrine 19 år)

”Har du ikke råd?”

Selvfølger du råd. Hvis du selger mobilen din, så kan du kanskje redde fire barn.” (Marita 18 år)

Selv om elevene ser på fattigdom og urettferdighet som et stort problem, er det for dem også lite som skal til for redde enkeltkjebner eller forbedre livskvaliteten til enkelte, noe som kommentarene ovenfor illustrerer. Ikke fra et liv i fattigdom, men fra sult og død. På den ene siden kan elevene virke noe overveldet med tanke på omfanget av fattigdom i verden, på den andre siden gjøres dette mer operativt og håndterlig ved å fokusere på hvor veldig mye en liten sum med penger kan gjøre. Man kan antyde at flere av elevene syntes det er moralsk riktig å hjelpe andre når man har det godt selv. Man kan antyde at deres form for engasjement i stor grad handler om å hjelpe andre. Det å være solidarisk er med andre ord sentralt. I rapporten til Nordkvelle og Tvette (2010) uttrykkes det blant annet bekymring over at læreplanverket ikke

står som noen etisk lysstolpe i i arbeidet for solidaritet og rettferdighet på kloden. Dette blant annet i forhold til hvilken holdninger og handlinger som kunnskapen skal munne ut i. Denne undersøkelsene viser imidlertid antydninger til at elevene i denne undersøkelsen, har holdninger som Nordkvelle og Tvette ville ansett som ønskelige. Som nevnt tidligere peker Nordkvelle og Tvette (2010) på at lærebøkene er egnet til å skape sympati for blant annet undertrykte og fattige, slik de leser lærebøkene. Samtidig er det ingenting som gir tydelige indikasjoner på at dette hovedsakelig skyldes skolen. Som nevnt tidligere har elevene gitt uttrykk for betydningen av organisasjoners henvendelser til skolen. Man kan også antyde at elevene er inspirert av arbeidet de har gjort i forbindelsen med Dina Stiftelsen, og at dette har betydning for deres holdninger i forhold til solidaritetsbeid. Det at skolen har hatt elevaksjoner for denne Stiftelsen de tre siste årene, kan slik jeg ser det være en viktig faktor. Elevene kjenner stiftelsen og arbeidet deres godt og har gjennom de tre siste årene fått mye informasjon i tilknytning til elevaksjonene. Både med tanke på arbeidet til Dina Stiftelsen, men også konkret hva pengene har blitt brukt til. Man kan også antyde at dette har betydning for elevenes følelse av tilknytning til stiftelsen og deres arbeid.

Nordkvele og Tvette (2010) peker på at det er både viktig og ønskelig at bistandsorganisasjoner og frivelige organisasjoner i samarbeid med skoler, kommuner og elever, konkretiserer lærestoff og arbeidsmåter som kan bidra til å utvikle hvordan den kognitive informasjonen kan kobles til affektive og ekspressive mål. Skolen vil dermed gjennom et tettere samarbeid med bistandsorganisasjoner og frivelige organisjoner bidra til å styrke skolen som en etisk lysstolpe i arbeidet for solidaritet og rettferdighet på kloden. Flekkefjord videregående skole og Dina Stiftelsen samarbeider ikke med tanke på lærestoff og arbeidsmåte i forhold til handlinger og holdninger knyttet til arbeidet for solidaritet og rettferdighet på kloden. Men man kan som tidligere nevnt antyde at stiftelsen sitt informasjonsarbeide i tilknytning til elevaksjonene har vært av betydning i forhold til holdninger og motivasjon til handling. Man kan også antyde at stiftelsen sin lokale forankring er av betydning. Slik jeg ser det, er elevene solidariske med mennesker langt borte, samtidig er elevene også solidariske med en hjelpeorganisasjon som har en lokal forankring i deres nærmiljø.

7.2.3 Engasjemang og handling

Elevene mener i stor grad at det er viktig å bidra. Samtidig vektlegger de forskjellige måter å bidra på. De mener det er viktig å ”gjøre” noe, men har forskjellig oppfatning av hva dette er. Noen av elevene la i stor grad vekt på nærhet til de menneskene man ønsker å hjelpe. Med dette mener jeg at de i større grad ønsket å bidra i et fysisk nærvær av dem man skulle hjelpe. De syntes det var veldig bra at mange bidro økonomisk gjennom fadderskap, men for dem var det viktig å ha en mer personlig tilknytning. De pekte blant annet på det å reise ned og arbeide for eksempel bygge skoler, hus, barnehjem for en hjelpeorganisasjon eller stiftelse, som en mulighet. Noen elever ønsket i større grad å samle inn midler selv og reise ned å hjelpe. De la blant annet vekt på betydningen av hvordan hjelpen kom til nytte med egne øyner, som bakgrunn for dette. Samtidig som de pekte på at dette kunne være økonomisk utfordrende for mange fordi det å reise ned kostet mange penger. De mente blant annet at dette var noe av årsaken til at de selv eller flere gjorde det.

”Jeg tror at grunnen til at ikke flere har fadderbarn, er fordi de har tenkt at de heller vil spare penger selv, og en dag reise ned selv å hjelpe” (Marita 18 år)

Marita peker på at det er mange som ønsker å reise ned selv og overbringe midler direkte til dem man ønsker å hjelpe. En av årsakene til dette er fordi de da vet at pengene går uavkortet til de menneskene man ønsker å hjelpe. Samtidig tror de følelsen av å være med å se endringene og glede over hjelpen med egne øyne, vil ha stor betydning for dem det gjelder. Dette kan man tolke som eleven ønsker en nærhet eller en større følelsesmessig tilknytning til de personene og de problemene de blir eksponert for i reklamer for bistandsorganisasjoner. Man kan med andre ord tolke det som om eleven ønsker å konfrontere den følelsesmessige avstanden og den følelsesmessige immuniteten som de vedkjenner i forbindelse med nyheter og reklamer for bistandsorganisasjoner. Samtidig gir hun til uttrykk om en ”ektehet” ved en slik handling, fremfor det å kun sende penger. Boltanski (1999) betegner det å donere penger i den hensikt å lindre den fjernes lidelse, som kvasi handling. Ulempen med denne kvasi handlingen er blant annet at det å sende penger, kan sees på som en upersonlig handling i likhet med for eksempel å betale regninger eller bestille en ferie. Slik jeg tolker Boltanski, er refleksjonen over hvordan man blir berørt av andres lidelse, og hva dette gjør med deg som

person viktig. Disse refleksjonene bør også gjenspeiles i de handlingene man gjør med tanke på lindring i forhold til den fjernes lidelse. Boltanski peker på at det å sende penger, ofte på bakgrunn av sin upersonlige karakter, blir sett på en måte å kjøpe seg fri fra skyld på. Slik jeg tolker elevene, er de av liknende oppfatning som Boltanski med tanke på det upersonlige ved en handling som innebærer å sende penger. Samtidig som elevene ser fadderskap som en positiv handling, ligger det samtidig en litt negativ undertone med omtale av fadderskap i forhold til andre mer ekte handlinger, som det å reise ned å bygge skole eller barnehjem, eller det å reise ned med klær og penger. Man kan blant annet antyde at det å ha et fadderskap, for dem blir en halvhjertet handling. Eller en måte å kjøpe seg fri fra skyld.

Noen elever peker på alternativer som å være med på humanitære aksjoner som bøssebærer, eller andre former for innsamlinger hvor man i utgangspunktet ikke gir selv, men hjelper en organisasjon eller stiftelse med å samle inn penger. Disse elevene hadde mindre tiltro til andre former for engasjement. De hadde i stor grad fokus på engasjement i form av økonomisk bidrag, fordi det var dette som til slutt gjorde det mulig å endre forholdene. Andre former endte i følge dem, som oftest opp med ”tomt prat.” ”Tomt prat” ble i stor grad forbundet med politikere. Elevene hevdet de sjeldent pratet med venner eller familie verken om annonser eller reklamer for hjelpeorganisasjoner. Marita pekte på at de av og til diskuterer bistandsrelaterte spørsmål i klasserommet. For henne var det viktigste med en slik diskusjon at man skulle komme til enighet om spørsmål knyttet til bistand. Det var blant annet viktig for henne at medelever som ikke var av samme oppfatning som henne, skulle bli overbevist om at det å støtte hjelpeorganisasjoner var bra og riktig. Selve diskusjonen ser hun imidlertid ikke som noen form for engasjement eller en nyttig aktivitet på noen måter så lenge de ikke kommer til enighet om hennes standpunkt, samtidig påpeke hun at hun selv og de fleste elevene syntes det er morsomt å diskutere slike spørsmål.

(...) Face book kan jo være en måte å engasjer seg på, hvis man gjennom denne kan opplyse andre til å hjelpe og til å sende penger så er jo det en måte å hjelpe på. (Maya 19 år)

Maya ser på Face book som en mulig kanal til å videreformidle budskapet i reklamene. Bruk av Face Book anses kun som en form for engasjement, hvis målet ved bruken er å opplyse andre om det en vet, om fattigdom i for eksempel Afrika, slik at andre blir overbevist i den grad at de ønsker å engasjere seg og til å sende penger. Hennes syn på engasjement kan man betegne som litt snevert, og dreier seg hovedsakelig om å sende, eller å få andre til å gi penger

til en organisasjon som forvalter disse. Samtidig ser hun i likhet med flere av de andre elevene ingen behov for noen annen form for engasjement. En av årsakene til dette er blant annet fordi de økonomiske bidragene sees som den mest betydningsfulle forutsetningen for de endringene som kan finne sted. Elevene peker blant annet på at man har behov for penger til å bygge skole, sykehus og barnehjem. Man har også behov for penger for å kjøpe mat og medisiner. Kennedy (2009) peker blant annet på at hjelpeorganisasjonene, gjennom annonsene bidrar til å øke bevisstheten om lidelsene til mennesker som befinner seg på avstand. Gjennom disse annonsene forteller de dermed en historie om lidende mennesker og tilbyr seg selv som løsningen for å lindre lidelse og smerte i verden. Slik jeg tolker det, kan man i noen grad se elevenes oppfatning av hjelpeorganisasjonenes betydning på bakgrunn av hvordan de selger seg selv som løsningen i forhold til lindring av smerte og lidelse i verden.

Andre elever vektlegger i større grad deliberative alternativer som de viktigste alternativene for engasjement. De peker blant annet på organisasjonsvirksomhet, innflytelse gjennom et politisk parti (altså å være politisk aktiv som et medlem av et politisk parti) eller gjennom en organisasjon som arbeider for politiske spørsmål som for eksempel Amnesty. Påvirkning gjennom Facebook anså de også som et alternativ. De trekker også inn mer aksjonrettede alternativer som demonstrasjoner, protester og underskriftskampanjer.

Elevene som har pekt på denne type for engasjement mener det er denne formen for engasjement som har mest påvirkningskraft

” Man kan bli politisk aktiv, jeg tror det er der man har størst innflytelse. Man er på en måte nærmere dem som har makt ” (Henrik 19 år)

Henrik peker på at man kan melde seg inn i et politisk parti, eller en politisk organisasjon. Han nevner også andre måter å hjelpe/ påvirke på som gjennom protestaksjoner mot store selskaper som er med på å bidra til forurensing for eksempel. Han nevner blant annet Shell som er med på å forurense store elver. Han mener blant annet at slike protestaksjoner også kan gjøres i forbindelse med fattigdomsbekjempelse, hvor man da kan aksjonere for å fremme enkelte saker eller områder med tanke på denne problemstillingen. Han mener slike aksjoner kan være vel så viktige kanaler for å hjelpe, som det å sende penger. Han understreker blant annet påvirkningskraft til slike kanaler som for eksempel diverse former for protester. Men understreker samtidig at dette krever et større engasjement, både med tanke på organisering og at man må ha støtte fra flere for å kunne påvirke.

Med tanke på elevnes synspunkt på engasjement, kan man dele elevene i to grupper. Den ene gruppen som består av dem som i større grad vektlegger det å sende penger som engasjement. Og den andre gruppen av elever som i større grad vektlegger mer deliberative alternativer som engasjement. Det var i større grad elever som hadde programfag som la større vekt på mer deliberative former. Jeg kan ikke ut i fra dette prosjektet peke på noen kausal forbindelse i forhold til dette. Men man kan antyde at elevene som tok programfag, så engasjement i en større helhet og ikke kun fokuserte på giverglede som den mest effektive formen for engasjement. Samtidig innebar ikke dette nødvendigvis at elevene engasjerte seg gjennom de kanalene de beskrev. Henrik mente blant annet at om og hvordan man engasjerte seg var et personlig spørsmål og var blant avhengig av personlige interesser. Slik jeg tolker Henrik anser han politisk interesse og engasjement i likhet med en fritidsaktivitet som man forplikter seg gjennom, samtidig som den definerer hvem du er. Undersøkelsen antyder dermed at kunnskap om forskjellige kanaler å engasjere seg gjennom, nødvendigvis ikke bidrar til handling eller engasjement gjennom disse kanalene.

Noe som overasket meg ved denne undersøkelsen var den svake interessen for Facebook og andre sosiale medier i forhold til engasjement. Ingen av elevene hadde vært medlemmer av støttegrupper eller tatt initiativ til støttegrupper på Facebook eller andre nettsamfunn. Elevene hevdet også at de i svært liten grad deltok i debatter på for eksempel internett. Samtidig var det også overraskende at elevene i liten grad syntes dette var aktiviteter som kunne betegnes som engasjement i forhold til de problemene annonsene for hjelpeorganisasjoner viste til. Rye m.fl (2010) viser til at nesten halvparten av elevene som har vært med i deres undersøkelse ved videregående skoler i Vest- Agder fylke, benytter seg av sosiale medier for å uttrykke samfunnsengasjement. Deres forskning viser også til, at halvparten av elevene i undersøkelsen forteller at de diskuterer politikk og andre samfunnsproblemer med vennene sine. Slik Rye m.fl påpeker, er det ikke mye som skal til for å bli medlem av en støttegruppe det er heller ikke særlig forpliktende, resultatene skal dermed ikke overdrives. Samtidig understreker de at funnene i undersøkelsen blant de videregående elevene i Vest- Agder er interessante ved at de peker mot omfanget på nye former for engasjement og en ny forståelse av hvordan ungdom deltar i samfunnsdebatten.

Det er vanskelig å finne en forklaring på hvorfor elevene i min undersøkelse uttrykte svak interesse for blant annet sosiale medier med tanke på samfunnsengasjement. Samtidig mener jeg at man blant annet kan se på resultatene i forhold til den særstillingen elevene antyder at bistandsrelaterte spørsmål har. Jeg mener det er mulig å tolke dette i forhold til Chandler (i Kennedy 2009, Chandler 2002) og hans betegnelse av annonsene som en moralsk eventyrfortelling, som jeg har nevnt tidligere. Dette eventyret har i utgangspunktet tre komponenter, offeret, skurken og helten. Skurken er den politiske autoritet som på grunn av sin inkompetanse er skyld i lidelsen til offeret. Denne aktøren blir i annonsene minimert eller redusert, noe som innebærer at det hovedsakelig er en fortelling med to aktører. Offeret som lider og helten, som da er hjelpeorganisasjonen, som kommer og redder offeret fra lidelsen. Slik jeg tolker Chandler, innebærer minimeringen av skurkens rolle, at man lokaliserer problem og problemløsning til offerets lidelse og hjelpeorganisasjonen som løsningen. Dermed tar man fokuset bort fra de store problemene, og definerer på denne måten publikums handlingsalternativ eller type engasjement. Slik jeg tolker det, er eleven av den oppfatningen av at hjelpeorganisasjonene er den eneste sikre løsningen i forhold til lindring av lidelsen til offeret. Andre former for engasjement må derfor være noe slagkraftige for at de skal ansees som konstruktive. Slik jeg tolker elevene er bruk av Facebook en aktivitet med lav gjennomslagskraft og derfor lite konstruktiv, i forhold til det å samle inn penger for en organisasjon.

7.3 Elevenes foresillinger av Afrika

Selv om elevene understreker at det er viktig å hjelpe, oppfatter elevene samtidig at det er vanskelig å hjelpe enkelte land. De føler stor grad av frustrasjon over at de er villige til å hjelpe, men at det ikke alltid nytter.

”Det nytter jo ikke å gi til steder der de knapt har infrastruktur. Det hjelper jo veldig lite”. (Steffen 19 år)

”Det går jo an å støtte humanitære organisasjoner, som Røde kors”. (Maya 19 år)

Elevene har stor tiltro til hjelpeorganisasjoner, og de mener man i stor grad må fokusere på å støtte slike hjelpeorganisasjoner organisasjoner.

(...)Det er klart, det betyr jo mye for dem man hjelper. (Steffen 19 år)

Det er viktig for elevene å fokusere på hjelp av enkeltpersoner, de føler en mindre grad av avmaktsfølelse og håpløshet, når de kan fokusere på at det i hvertfall er noen som får hjelp.

”Vi vet jo at de trenger det. Det dør jo unger hvert sekund, fordi de trenger hjelp. Det er rart å tenke på at vi kan sende ned penger og spart en hel haug med liv.....og så gjør vi det ikke.....

Men de trenger liksom så mye hjelp. Det er jo ikke bare mat og medisiner de trenger. De trenger jo å bygge opp hele landet. (Kathrine 19 år)

En viss skyldfølelse er å spore hos noen elever. Samtidig påpeker de fleste at de ikke i liten grad har dette til vanlig. Elevene antyder at det er noe ved det å sitte ned å snakke grundig om temaet. Følelse av håpløshet er noe de fleste føler i forhold til de endringene man får utrettet. De peker blant annet på at det er behov for mye . De fleste landene må bygges opp og det er få velfungerende land i Afrika. Kathrine, en av elevene, er av den oppfatningen at Sør Afrika er det eneste landet i Afrika som man kan anse som rimelig velfungerende, bortsett fra Sør Afrika er det få land eller regioner elevene kan peke på som i noen grad fungerer.

(...)Nei, noen land fungerer jo, sånn som Sør Afrika, mens andre land, slik som Kongo er jo helt ja...” (Kathrine 19 år)

Man får antydning til at elevene syntes det er vanskelig å omtale Afrika som noe mer enn et land.

Man kan gjennom dette få en antydning til elevenes bilde av Afrika. På den ene siden peker flere elever peker på at Afrika ofte blir betegnet som et land av mange, og gir til uttrykk for at de syntes dette er litt morsomt. På den andre siden kan det oppfattes som om elevene selv har problemer i forhold til dette. Selv om elevene peker ut land Som Kongo og Sør Afrika, har de vanskelig for skille ut land, områder eller regioner i Afrika og omtaler hele kontinentet, selv om de kun refererer til enkelte land eller regioner. Afrika blir på mange måter fellesbetegnelsen på fattigdom, land som er preget av nød og elendighet, land som ikke fungerer, land som har et enormt behov for hjelp. Man kan blant annet se elevenes forestilling om Afrika, som et kontinent som holdes oppe av forskjellige hjelpeorganisasjoner.

Elevene understreker at Tv nyheter og reklamer for diverse hjelpeorganisasjoner og humanitære aksjoner, primært er deres kilde til informasjon om og bakgrunn for deres bilde av Afrika. Man kan se elevenes bilde av Afrika i lys av de representasjonene som blant annet fremkommer i media. Som blant annet Eide (2004) påpeker, er mediene blant de viktigste grensevaktene for forestillingene folk gjør seg om skiller mellom ”oss” og ”de andre”.

Som nevnt tidligere peker blant annet Dahl (2002) på hvordan media bidrar til en skjev formidling av Afrika og det afrikanske folket. Kontinentet blir i stor grad fremstilt som et kontinent preget av katastrofer, sultkatastrofer, fattigdom og nød. Det forbindes også med korrupsjon, gjerne i tilfeller med mislykkede hjelpeprosjekter. Jeere- Malanda (2002) som journalist understreker at positive, ikke katastrofepregede reportasjer om Afrika, ikke regnes som nyhetsverdi for de store nyhetsbyråene i Europa. Slike reportasjer blir derfor ikke prioritert. Dette bidrar på mange måter til det ubalanserte bilde man får av Afrika i media.

Afrika kommer med andre ord ofte innenfor en negativ diskurs i media. Formidlingen av Afrika bærer også preg av lite informasjon. Med tanke på nyhetssendinger, peker blant annet Jeere- Malanda (2002) på at det i liten grad fokuseres på å sette de forskjellige hendelsene inn i en kontekst, som i større grad ville ha bidratt til en forståelse eller en forklaring på de eventuelle hendene. Fremstilling av Afrika preges dermed på mange måter av forenkling.

Reklamer og annonser kan på mange måter sies å underbygge dette bildet av Afrika.

Dette blant annet fordi reklamene og annonsene innehar liknende elementer til nyhetsreportasjer fra Afrika, med fokus på katastrofer, fattigdom og nød, og hvor personene i reklamene i stor grad plasseres innenfor en medlidenhetsdiskurs. Dette blir på mange måter det dominerende bilde av Afrika. Nordkvelle og Tvete (2010) peker på at også lærebøkene i

svært liten grad bidrar til å skape noen alternative forestillinger av ”de andre”. Nordkvelle og Tvette antyder også at forestillingen av ”de andre” i Sør i likhet med de forestillingene som fremkommer i massemedia i stor grad er marginaliserte, og i større grad fokuserer på negative saksforhold. Slik det fremkommer, kan man også antyde at lærebøkene perspektiver underbygger – og eller underbygges av de perspektivene som fremkommer i massemedia, hvor det i stor grad fokuseres på konflikter og elendighet. Et problem i bøkene generelt sett er at det er et lite tydelig bilde av hva slags samfunn og regioner vi finner særlig i Afrika. Elevenes forestilling og virkelighetsopfatning av Afrika bærer dermed preg av et unyansert bilde. Det bærer også preg av de stereotypene man blir fremstilt for i media. For elevene finnes det ikke individuelle forskjeller. Afrikanere betegnes som en gruppe mennesker. En gruppe mennesker som konstant lider under stor nød og at alle Afrikanere er fattige. Det finnes for eksempel ikke en normal afrikaner, med mindre han bor i Sør Afrika.

7.4 ”Vi” og ”de andre”, som en identitetsdiskurs

Selv om elevene føler en viss avmaktfølelse med tanke på omfanget, understreker de at det er viktig å bry seg om hvordan verden er, og forsøke å endre den til noe bedre for dem som ikke er så privilegerte som dem. De mener det på mange måter er uakseptabelt å ikke bry seg og ikke være med å bidra med tanke på dette. Elevene stiller seg uforstående til dem som er av en annen oppfatning i denne saken. De peker spesielt på en andre grupper av elever, spesielt en elev, som ikke syntes det nytter å hjelpe mennesker i fattige land blant annet på grunn av korrupsjon. Elevene forsøker å rasjonalisere holdningen til medeleven på forskjellige måter, da dette fremstår som ubegripelig i forhold til deres egne synspunkt og verdier.

” Han er jo ikke ond da.....”(Maya 19 år)

Det er tydelig at Maya plasserer seg i en gruppe av de gode, en av dem med de riktige verdiene og en av dem med den riktige moralen, siden en som nødvendigvis ikke deler hennes synspunkter må plasseres i lenger i retningen av ond, om de befant seg på en skala fra god til ond. Den andre eleven blir dermed en som ikke deler de samme verdiene som henne. Han har også dårligere moral enn henne i forhold til bistandsspørsmål, han er ikke et like godt

medmenneske som hun selv er. Samtidig er det ikke kun seg selv hun setter han i forhold til. Hun representerer normaliteten, mens han representerer aviket, fordi alle vil jo være gode.

” Det kan jo hende han tenker slik, for da slipper han å hjelpe. Så da tenker han slik som en unnskyldning for ikke å hjelpe. Hvis han innrømmer for seg selv at folk faktisk trenger hjelp og at det er nød, så må han jo hjelpe..... ” (Kathrine 19 år)

Motviljen til å hjelpe forsøkes å rasjonaliseres og på mange måter forklares med blant annet fornektelse av virkeligheten, for å slippe å gjøre sin plikt som medmenneske.

Pål hevder han blir irritert over folk som sier de ikke vil gi bistand fordi det ikke hjelper.

Dette er i følge eleven en dårlig unnskyldning for å vri seg unna et felles ansvar, og for ikke å hjelpe. Pål begrunner medelevens dårlige holdning med reklamenes manglende fokusering på at bistand hjelper og gir resultater.

Samtidig som flere av elevene uttrykker at de ønsker å hjelpe fordi de har lyst til det, kan man antyde at elevene ser på det å hjelpe som et samfunnsansvar og en kollektiv forpliktelse. Det å engasjere seg kan ut i fra dette sees på som å ta ansvar. Det at elevene i mindre grad har fokus samfunnsansvar med tanke på årsak for engasjemang som, kan slik jeg ser det, sees som at elevene i større grad ser det å hjelpe som om det var en plikt eller et ansvar som veldig upersonlig og i noen grad overflatisk. De gir på en måte et inntrykk av at ønske om å hjelpe må komme fra hjertet, ellers er det ikke et ”ekte” ønske om å ville noe godt.

Ved å plassere seg selv i en gruppe av de gode, beskriver elevene også en ”vi” og ” de andre” diskurs i forbindelse med dette. Deres holdninger til bistand er med andre ord med på å forklare deres identitet. Denne tydeliggjøres i forhold til ”de andre” som ikke er innenfor deres gruppe av de gode. ” Vi” og ” de ande” diskursen benyttes demed også for å betegne grupper som man plasserer seg innenfor og som følge av dette også trekker en grense til dem som er ikke inkluderbare i denne. I denne sammenhengen betegnes ” vi” som dem som er gode, som har de riktige verdiene og den riktige moralen. ” De andre” er som følge av dette, de som ikke er gode, de som ikke har de riktige verdiene og den riktig moralen. Dette ”vi” betegnes som normen, mens ”de andre” betegnes som aviket i dette tilfellet.

Elevenes behov for å rasjonalisere og finne forklaringer på hvorfor det er noen som er av den oppfatningen at de ikke vil hjelpe, kan slik jeg ser det, blant annet relateres til den godheten som fremstilles på TV gjennom diverse TV aksjoner. Hvor hjelpeorganisasjonene og deres

representanter fremstår både for det universsielt rette og de fattige. De fremstår med andre ord som et symbol for godhet og det moralske riktige i en verden som i større grad preges, og trues av egoisme og individualitet. Profilerte personer, gjerne kjendiser av ulik art, er et vanlig innslag i TV aksjonene. Disse blir på mange måter et symbol på generøsitet og moral. Blant annet fordi de i all sin suksess, ønsker å gi noe tilbake og bidra til endringer. Ved at den enkelte blant annet støtter TV aksjonene men også hjelpeorganisasjoner generelt, vil en selv bli en del av den godheten hjelpeorganisasjonene står for og inneha de samme verdiene og moralen, som fremstår som det normative. Gruppering av ”vi” og ”de andre” som i forbindelsen ovenfor, kan også sees som en følge av dette. Grupperingen av ”vi” og ”de andre” kan dermed også sees i sammenheng med ”godhetsregime” ut fra et syn på verden som et rom der man ønsker ”det gode” eller ”det gale”, og hvor det gode eller det gale bestemmes av om en uttrykker støtte til ”de fattigste blant de fattigste”, er for mer eller mindre bistand til ”sør”, eller kjemper eller ikke kjemper for de ”universielle rettighetene” osv. (Tvedt 2009)

Slik jeg ser det, kan man se elevenes kategorisering av ”vi” og ”de andre” med blant annet tanke på om en er for eller i mot bistand, som kan sees i forbindelse med de verdier og den moral som presiseres. De fremstår dermed som de ”riktige” og de ”gode” i mediasammenhenger i forbindelse med bistandspolitikk og de forskjellige TV aksjonene i regi av de enkelte hjelpeorganisasjonene, men også ellers i hvordan forskjellige politikere omtaler de sørpolitiske verdiene i media. Man kan anta at dette i noen grad vil være medvirkende til om den enkelte uttrykker støtte til ”de fattigste blant de fattigste”, er for mer eller mindre bistand til ”sør”, eller støtter eller ikke støtter kampen for de ”universielle rettighetene”. Dette blant annet fordi hvilken holdninger og standpunkter man har til disse spørsmålene blant annet forteller noe om man ønsker ”det gode” eller ”det gale”, om man står for de riktige eller gale verdiene. Basert på dette, forteller dermed hvilken holdninger og standpunkter man har til blant annet bistandsspørsmål også noe om ens egen identitet.

7.5 Norges rolle i verden

Elevene mener Norge i stor grad bidrar med tanke på bistandspørsmål og peker blant annet på hva Norge gir i bistand per innbygger for å understreke dette. De er i stor grad opptatt av hvordan man gir bistand og mener dette må sees i forhold til de landene som får bistand. Elevene av den oppfatningen av at mye av den bistanden Norge sender ikke bidrar til endring, blant annet på grunn av korrupsjon. De er også opptatt av hvilken muligheter landene har til å benytte seg de pengene de får. De mener det blir for enkelt å bare sende penger. Elevene understreker at Norge eller forskjellige organisasjoner må bistå landene i blant annet å utforme prosjekter og bidra til at landene får en bærekraftig utvikling.

”Krf er vel det partiet som er mest opptatt av bistandspørsmål, men de har sånn tradisjonell bistandspolitik. De bare pøser penger inn i land, det tror jeg ikke hjelper” (Steffen 19 år)

Eleven har bestemt holdning i forhold til hva slags bistandspolitik han er for eller i mot, basert på oppfatning av målet og effekten av bistanden. Man kan se hans oppfatning som om det følger et ansvar med de pengene de sender. Eleven antyder at befolkningen ofte trenger hjelp eller veiledning med tanke på forvaltning av pengene, slik at de skal komme til nytte.

”Et alternativ til penger, er at Norge kan bistå befolkningen med å tale deres sak. Vi kan for eksempel bruke stemmen vi har i FN til å sette ting på dagsorden.....” (Henrik 19 år)

Henrik mener blant annet at Norge har en status i det internasjonale miljøet, og at Norge derfor mer effektivt kan fremme saker på vegne av de fattige landene, enn de selv har muligheten til. I denne sammenheng er det fristende å trekke paralleller til Utviklings- og menneskerettighetsminister Frafjord Johnsens uttalelser i 1999:

Her sitter vi i maktposisjon. Vi må bistå motakerlandene på en slik måte at de selv tar, ja må ta, ansvaret for egen utvikling. Og da kan kanskje vi være talsperson for de fattige, i fattige land (...). Dette vil vi fra regjeringens side arbeide for. (Tvedt 2009)

Sentralt for Henrik og Johnsen kan blant annet sies å være vektlegging av stedfortredermakt og altruisme. Slik det fremkomme av blant annet kommunikasjonsregimet, er Norges rolle i verden er blant annet å ” bistå” andre til å gjøre de rette ting for de fattige, eller for fred og

lignende. Dette bidrar blant annet til at Norge også innehar en rolle som talsperson for de fattigste av de fattigste (Tvedt 2009).

” Å bare sende penger blir for enkelt ” (Henrik 19 år)

Eleven er av den oppfatningen at en ikke hjelper ved kun å sende penger. Dette vil i liten grad bidra til at forholdene blir endret. Han peker blant annet på at det blir alt for enkelt for landene å havne tilbake i den ”samme gamle tralten,” hvis en kun sender penger. Eleven siterer følgende ordtaket for å illustrere et poeng;

*“Give a man a fish, and he eats for one day,
Teach the man to fish, and he eats every day.” (Henrik 19 år)*

I følge Henrik, en av elevene hjelper det lite å kun gi bistand i form av økonomiske bidrag. Norge eller andre vestlige land som bistår, må i større grad bidra til at styresmaktene i det enkelte land velger å forvalte pengene på riktig måte og på riktige områder. De må blant annet sørge for at pengene bindes til prosjekter som kan føre til en bærekraftig utvikling, slik at de til slutt kan gjøre seg uavhengig av bistand. Bistand er med andre ord et helhetlig prosjekt som blant annet handler om å lære styresmaktene i det land det gjelder, til blant annet å prioritere og handle riktig. Elevene peker også på handelsvirksomhet som et alternativ til bistand. Elevene knytter bistand opp mot flere kriterier for at denne skal sees som effektiv. Dette bærer preg av synet på Norge som lærer, eller den som besitter kunnskap og kompetanse, og i dette tilfellet Afrika, som et kontinent uten kunnskap og kompetanse og mulighet til å ta ansvar og avgjørelse i forhold til styring og egen utvikling. Man kan blant annet antyde at elevenes fortolkning av ”de andre” i denne sammenheng, som ressursvake, med redusert kompetanse og behov for å lære utenifra.” De andre” er med andre ord i mindre stand til å bestemme sin egen framtid. Jeg har tidligere i denne oppgaven trukket linjer mellom Said (1978) og hans kritikk av orientalisme diskurssen, som blant annet er kritikk av det statisk hiarkiet, hvor ” den andre” stadig nedvurderes og hvordan ” de andre” i vår tid blir re-representert, blant annet i media.

Said (1978) beskriver en skille i den Vestlige diskurssens mellom oksidenten (vi) og orienten (dem), der de behandles omtrent nedlatende og på andre måter med avstand- fra et opphøyet oksidenten, som utgjør normen. Forholdet mellom oksidenten og orienten, i følge Said, er et maktforhold, et typisk herredømme. Det dreier seg om ulike grader av komplisert hegemoni. Slik jeg ser det er kan man finne elementer av hva Said kritiserer i elevenes forestillinger om ”de andre”. Slik jeg ser det, kan man i denne sammenhengen anse elevenes forestillinger av ”de andre ” som noe nedlatende. Samtidig må det presiseres at jeg ikke tror at dette er en holdning som er elevene bevisst. Måten elevene omtaler ”den andre” på virker for dem som det normale og det sevfølgelige. Det er med andre ord normalt og akseptabelt å omtale ”den andre” som mindre handlekraftig og ressturksterk og mindre i stand til å bestemme sin egen fremtid. Slik jeg ser det kan en slik holdning tyde på en nedvurdering av ” de andre”. Samtidig antyder elevene, slik jeg ser det, at det er empirisk bevist at ” den andre” er mindre handlekraftig og mindre i stand til å bestemme sin egen fremtid, ved at enkelte land har behov for bistand over en lengre periode. Samtidig som nøden og fattigdommen ikke ser ut til å bli noe mindre. Jeg mener elevenes holdninger blant annet kan sees på bakgrunn av språket og hvilken diskurser ”vi ” og ”de andre” forekommer i. Disse diskursene kan være medvirkende til å forme våre forestillinger av både ”vi” og ”de andre”. Slik jeg tolker elevenes holdninger med tanke på ” de andre”, tenker og benytter elevene disse rammene eller diskurssene når de skal definere Norges rolle i verden. Dette skal jeg forsøke å forklare nærmere i avsnittet under.

Jakobsen (2008) ser i sin studie en sentral tendens til at ” de andre” blir fremstilt som hjelpende og trengende. Elevene er blant annet tydelige på hvordan de mener bistand bør knyttes opp mot bestemte kriterier. Både Steffen og Henrik peker på at penger i seg selv, ikke er en forutsetning for endringer eller bedre villkår for de landene eller regionene man ønsker hjelpe. Slik jeg tolker Henrik og Steffen, antyder de at penger alene kan gi falske forutsetninger, blant annet fordi styresmaktene ikke evner å bruke dem på en fornuftig. Jakobsen (2008) ser også en sentral tendens til at ”vi” alltid i diskurssens framstilles som den sterke og handlekraftige.” Vi” og vår innsats fremstilles hovedsakelig i et positivt lys og innenfor godhetsdiskursen.”Vi” omtales som forandringsagenter som handler ut i fra en ”verdibasert” sør politikk, fremfor en interessebasert politikk. Den verdibaserte politikken handler om å bistå verdens fattigste og arbeide for å fremme universielle verdier, slik som demokrati, likestilling og menneskerettigheter. Slik fremstår, eller fremstilles Norge som en ” humanitær stormakt”. Det er med andre ord disse diskurssene og disse betegnelse av ” de

andre ” elevene forholder seg til. Slik jeg tolker det, er det naturlig for dem å definere Norges rolle i verden som talsmann for de fattige, slik som Henrik, en av elevene viser til. Det er også naturlig for dem å definere Norges rolle som ” læremester” og veileder.

Slik jeg tolker elevene, er ” de andre ” svake eller hjelpende og trengende i dobbel forstand. Dette med tanke på at de i første omgang har behov for bistand, og i andre omgang når de skal bruke bistanden. ”Vi ” derimot , blir slik jeg har tolket elevene, blir derimot sterke og handlekraftige i dobbel forstand. I første omgang ved at vi har mulighet og vilje til å gi bistand, og i andre forstand når vi evner å gi dem veiledning i hvordan ” de andre” skal benytte bistanden for at den skal gi bærekraftig utvikling. Slik jeg ser det, finner ikke elevene noen grunn til å stille spørsmål ved disse fremstillingene fordi de er dominerende på flere plan i deres hverdag, i nyhetene, i annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner og som Nordkvelle og Tvette (2010) antyder, i lærebøkene.

Jeg begynte inledningsvis med å trekke linjer til Said (1978). Said kritiserer som tidligere nevnt det statiske hierarkiet, hvor ”den andre” stadig blir nedvurdert. Slik jeg ser det opprettholdes og videreføres denne statiske hierarkiseringen, og også den stadige nedvurderingen av ”den andre” gjennom hvordan ”vi ” og ” de andre” blir plassert i diskursen.

Meyer og Sirnes (1998) peker på ” vi” og ” de andre” diskursen som en identitetsdiskurs. Den kan fortelle folk hvem du er vad at de hører til en sosial og kulturell totalitet, enten det skjer bevisst eller ubevisst. De peker blant annet på at Nasjonsbygging henger sammen med identitetsskaping. For å kunne oppnå dette må det i følge Meyer og Sirnes skje en kulturell determinering. Derfor er det nasjonale identitetsprosjektet avhengig av diktomien ”oss” og ”de andre”. Tvedt (2009) peker blant annet på at Norge har realisert sin rolle som giver, fredsmekler og humanitær stormakt på den globale arena, gjennom konstruksjonen av ”den andre” som er blitt til ”den betydningsfulle andre” ved den rollen ”de andre” har hatt i Norges prosess med å skape sin egen identitet. For å presisere dette litt nærmere, kan jeg blant annet peke på betydningen av ”forskjellen” . For Bourdieu er forskjellen vesentlig med tanke på hvordan man representere ” den andre” og gjennom dette også skaper sin egen forståelse av seg selv og sin egen identitet. Ved å legge vekt på forskjeller bidrar man til å forsterke grensen og avstanden mellom hva ”vi ” ikke er og hva ”de andre” er. Vår identitet blir som følge det motsatte av hva vi representerer som ” den andre”, siden ” vi” naturligvis er forskjellig fra dem. ” Vi” er derfor avhengige av ” de andre” , slik som Tvedt beskriver det, for å realisere bildet av ”oss”. Slik forsterkes også forskjellen og det asymmetriske forholdet

mellom ”vi” og ”de andre” . Blant annet ved at det ved et slik forhold i stor grad også vektlegges hva ”de andre” ikke er, siden dette naturligvis er det motsatte fra ”oss”.

Slik jeg ser det, opprettholdes den statiske hierarkiseringen eller stadig nedvurderingen av ” de andre”, gjennom hvilken diskurser ” vi ” og ” de andre ” forekommer i. Samtidig ser jeg antydninger til at elevene reprodusere diskurssene om ” vi ” og ” de andre ” og bidrar til å opprettholde den statiske hierarkiseringen eller stadig nedvurderingen av ” de andre”. Slik jeg ser dette, kan dette blant annet sees på bakgrunn av mangel på alternativer forestillinger, men også fordi elevene ikke er bevisst hvordan ” vi” og ” de andre” forekommer i diskursen, og hvordan dette kan prege språket deres.

7.6 kritisk holdning til reklamene

Ved tolkning av reklamene fokuserer elevene i stor grad på budskapet i reklamen; det er mennesker som har behov for din hjelp. De reflekterer i mindre grad over andre forhold ved reklamene. For elevene er den virkeligheten som blir fremstilt i reklamene, den virkeligheten som eksisterer. De har stor tiltro til de humanitære hjelpeorganisasjonene. De fleste elevene benytter i liten grad andre kilder til informasjon. Kun en elev mente dette kunne være nyttig for å få et mer nyansert bilde. Grunnlaget for kunnskap om forhold i Afrika og andre land som har behov for bistand er i stor grad basert på diverse reklamer for hjelpeorganisasjoner på TV. De trekker også frem nyheter som en kilde til informasjon. De ser ingen grunn til å stille spørsmål ved denne og mener det er en stor grad av sannhet i reklamene. Dette er i følge dem noe de bare vet. De peker blant annet på tall for dødsfall forårsaket av HIV/ AIDS i Afrika og nyhetsrepotasjer for å understreke dette.

Elevene er bevisst de virkemidlene som benyttes i reklamene, men stiller seg lite kritisk til dette. De peker blant annet på at reklamene ofte spiller på medlidenhet til folk, som fellestrekk ved reklamene. Elevene er av den oppfatningen at dette er greit, og at man må se dette i forhold til det motivet organisasjonene har med reklamene sine. Formålet med reklamene er til sist å få folk til å sende penger, slik at organisasjonene kan hjelpe fattige og syke og bidra til bedre levekår for dem som lider nød.

De er også av den oppfatningen av at reklamene i noen grad overdriver, ved at de tar utgangspunkt i de verste tilfellene og fremstiller disse som den generelle situasjonen. Flere av elevene ser dette som et strategisk valg. Organisasjonene får på denne måten satt ting litt på spissen, og får dermed illustrert alvoret. Elevene mener dette er greit, fordi formålet med reklamene er å få folk til å forstå alvoret og engasjere seg.

”De prøver å få et par tårer...Slik at folk blir myke og sånn.....” (Henrik 19 år)

Henrik stiller seg noe kritisk til dette. Han mener man prøver å finne de verste tilfellene når man skal fremstille noe i en reklame, og at de i tillegg kanskje overdriver dette igjen. For å illustrere dette referer han til klimadebatten og Al Gore ” *The awful truth*” og peker på at enkelte ting i denne filmen ble fremstilt som fakta for å få folk med seg. Han er av den oppfatningen av at fakta ikke skal forvrenges og at virkeligheten bør fremstilles så tro som mulig. Dette begrunner han med at man kan miste troverdigheten og støtte, når folk føler at de blir ført bak lyset.

” De er jo veldig flinke til å lage reklamer...de vet hva de gjør....” (Marita 18 år)

Marita peker på at de som lager reklamene har god kunnskap om hvordan man skal lage reklamer for at folk skal reagere med tanke på det følelsesmessige. De hevder blant annet at de syntes det er greit at reklamene spiller på medfølelse for å vekke følelser i folk. Hensikten er å få folk til å hjelpe, dermed ser de ingen grunn til å være kritisk til dette.

”Det er kun et til to barn de viser, det er sånn at man kan tenke...åååå han var søt, han har jeg lyst til å hjelpe. Du får sånn bånd” (Kathrine 19 år)

Elevene er også av den oppfatningen at man i reklamene bevisst velger å ta utgangspunkt i et par barn. De mener dette gjort for å gjøre reklamen mer personlig. Dermed blir det lettere å få en følelsesmessig tilknytning til barnet i reklamen. De hevder blant annet at det er lettere for dem å få en følelsesmessig reaksjon i forhold til reklamer, eller nyheter, hvis det kun handler

om ett eller to barn. Når reklamen fokuserer omkring et barn blir man ikke overveldet, men sitter igjen med følelsen av at det nytter å sende penger. Forskjellen for dem mellom mange og få er viktig. De blir mer motivert til å hjelpe hvis det ser et barn. Ser de mange, begynner de å tenke at det ikke nytter. Dette syntes de er greit, fordi det bidrar til at folk blir mer motivert til å hjelpe

” Hvis de viser en hel landsby så tenker man gjerne at to hundre kroner hjelper jo ingen ting! og så lar man vær å sende penger.... ” (Kathrine 19 år)

Eleven peker på at man lett blir overveldet hvis man ser mange som trenger hjelp. Hun mener det er vanskelig å ta inn over seg, og at man derfor har lett for å distansere seg og dermed lar være å engasjere seg. Man kan blant annet se elevens refleksjon over dette i forbindelse med massens anonymitet som Vettenranta (2005) viser til.

I den grad flere av elevene er kritiske og mener de ville benyttet seg av alternativ informasjon, er hvis de skulle ha støttet en organisasjon. Bakgrunnen til dette er blant annet at de vil forsikre seg at de velger en organisasjon som benytter den størst mulige andelen av midlene sine på prosjekter og at lite går til administrasjon

Elevenes mangel på kritisk vurdering av reklamene og annonsene utover en kritisk holdning til overdrivelse i reklamene og annonsene, kan i noen grad sees på bakgrunn av at deres forestilling og fortolkning av ” de andre” og deres virkelighetsoppfatning i stor grad baserer seg på det ensartede og forenklete bilde av ” de andre” slik de fremkommer i media. Og som i stor grad dominerer media. Men den kan også sees på bakgrunn av en fortolkning av ”vi”, i dette tilfellet representert ved hjelpeorganisasjoner. Dette innebærer blant annet at elevene ikke ser noen grunn til å stille spørsmål ved fremstilling av andre, hvor de i stor grad forbindes med medlidenhet og til dels stakkarsliggjøring. Dette fordi, slik man kan tolke at de ser det, representerer de forestillingene og bildene som de blir eksponert for virkeligheten. Hjelpeorganisasjonene arbeider for å gjøre noe med den fattigdommen, lidelsen og nøden som de til stadighet møter gjennom reklamene og annonsene for hjelpeorganisasjonene, samt nyheter. Elevene føler de i liten grad kan stille seg kritisk til noen eller noe som arbeider for å forbedre verden og gjøre den gode gjerning. Man kan tolke dette som at elevene oppfatter grenseovergangen mellom det å stille seg kritisk og det å være mot bistand, implisitt det gode, som svært tynn og i noen grad overlappende.

Man kan dermed få en antydning om at reklamer og annonser for hjelpeorganisasjoner står i en særstilling med tanke på elevenes kritiske holdning. Dette med tanke på at aktørene jobber for det gode. Som nevnt tidligere kritiserer blant annet Tvedt journalister i Norge for å være underlagt eller en del av kommunikasjonsregime. Samtidig kan på mange måter se elevenes holdning til fremstilling av ” de andre” med tanke på at det i stor grad legges vekt på medfølelse som helt akseptabelt og nødvendig, som et paradoks. Dette blant annet på bakgrunn av elevenes egne følelsesmessige reaksjoner på reklamene og annonsene, og årsaken til dette slik de selv ser det. Elevene hevder selv, at stor grad av eksponering for lidelse og nød, kan være en av faktoren for den følelsesmessige immuniteten de vedkjenner. De peker også på at ” standardisering” med tanke på utforming av reklamer kan være en årsak til dette. Pradokset blir dermed at de på den ene siden ser på hjelpeorganisasjonenes bruk av medlidenhet som virkemiddel for å få folk til å føle medfølelse og støtte dem, som et nødvendig virkemiddel. Mens de på den andre siden i noen grad føler dette som avstandsfermmende og i liten grad avgjørende for deres eget engasjement. Samtidig må det påpekes at en av elevene i noen grad gjorde en vurdering av dette, ved å etterlyse en mer positiv fokusering i reklamene. Elevenes globale bevissthet kan sees som en forlengelse av at elevene i stor grad baserer de forestillingene de har om for eksempel Afrika, på de forestillingene som fremstår i media, gjennom reklamer for humanitære hjelpeorganisasjoner og nyheter. Elevene forbinder i stor grad fattigdom og nød med Afrika, og har vanskelig for å peke på konkrete områder eller land, foruten Kongo og Sør Afrika. De benytter i stor grad fraser som; bygge opp landene, uten å knytte dette til bestemte land. Noe som blant annet kan antyde at de ser de fleste land i Afrika som svært katastroferammede og lite funksjonelle med fravær av struktur.

Vettenranta (2004) legger som vist til tidligere, vekt på relevansen av undervisning og forståelse av media i skolen, og hvordan disse egenskapene er relevante for å kunne evaluere og medietekster og se helheten og også kan være med å bidra til bevisste samfunnsborgere. Mediekompetanse omfatter kunnskaper, ferdigheter, og den kyndigheten som er nødvendig for å tolke medier gjennom analyse, evaluering og kritisk evolusjon. Samtidig peker hun på at det trengs en mer flerfasettert forståelse av de sosiale, økonomiske og historiske sammenhengene med medietekstene, for eksempel nyhetene, er produsert og distribuert i. Slik jeg ser det har elevene manglende forståelse i forhold til den flerfasettert forståelsen av de sosiale, økonomiske, og historiske sammenhengne mediatekster som annonser for hjelpeorganisasjoner, er produsert og distribuert i. De reflekterer liten grad over hvordan

mennesker i stor grad gjennom annonser for hjelpeorganisasjoner blir fremstilt og representert. Og hvordan de blir representert over tid, og hva dette eventuelt gjør mer deres forestillinger både av mennesker og steder.

Slik jeg tolker det, er elevene lite kritisk til hvordan de evaluerer de bildene de blir eksponert for i media. Både de bildene som vises i nyhetene og de bildene som brukes i annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner. Elevene antyder i stor grad at bildene som vises på nyhetene og de som benyttes i annonser og reklamer for hjelpeorganisasjoner, er sanne og representerer virkeligheten. Jeg vil med dette ikke hevde at bildene man blir eksponert for i nyhetene, annonsene eller reklamene for hjelpeorganisasjonen, ikke er sanne og representerer en virkelighet. Jeg vil derimot, hevde at det er rissikabelt å anta at de representerer den fulle sannheten om hele virkeligheten. Kennedy (2009) understreker blant annet at et bilde eller fotografi aldri forteller den fulle sannheten. Det begrenser seg til hva man lar komme innenfor linsen. Bilde begrenser seg også til hva man ønsker å vise. Bildets avgrensning er dermed delvis bestemt av lensens rekkevidde, men også av personen som fotografere. Dahl (2002) peker blant annet på at man i større grad velger å dekke negative hendelser som katastrofer og konflikter i Afrika, fremfor mer positive saker. Både Kennedy og Dahl peker på at representasjonsmakten ligger i Vestlige hender.

7.7 Forventninger til reklamene

I intervjuene kan man få en antydning til at elevene har bestemte forestillinger og forventninger til hvordan reklamer for hjelpeorganisasjoner skal være. De fleste er av den oppfatningen at reklamene må vise elendighet og fattigdom, for at de skal se poenget med reklamen. Kennedy (2010) peker blant annet på at bilder som ikke viser fattigdom gir en betryggende følelse hos publikum, mens sjokkerende bilder av elendighet og fattigdom får dem til å reagere og sende penger til hjelpeorganisasjonen.

I forbindelse med Plan;jentekampanje annonse bemerket elevene blant annet at annonsen bar preg av å være rosa. Samtidig som dette bidro til blikkfang, ble dette helt feil, blant annet fordi den gjorde at annonsen fremstod som mer estetisk.



(Pan Norge 2010)

”Vi ser jo ikke hvor hun kommer fra, kommer hun fra slummen eller?.....” (Kathrine 19 år)

Det at jenta ikke var avbildet i sine egne omgivelser, bidro til at elevene følte de gikk glipp av viktig informasjon. Hvor hun bodde og hvor hun kom fra var viktig med tanke på hvilken forhold det var der. Med tanke på at dette elementet var fraværende i denne annonsen, følte elevene av at ikke de fikk innblikk i om forholdene var elendige eller ikke. Samtidig pekte de på at blikket og øynene hennes var et viktig element i annonsen.

*” Det er øynene hennes jeg reagerer på. De uttrykker at noen må komme å redde henne. ”
(Kathrine 19 år)*

Reaksjonen til Kathrine, en av elevene, illustrerer på mange måter noe av det karakteristiske ved representasjon av barn i annonser for hjelpeorganisasjoner. Chandler (i Kennedy 2009, Chandler 2002) peker på at barna i annonsene for hjelpeorganisasjonene i liten grad gjør noe. Barna trenger ikke gjøre noe fordi de selv fyller rollen, som offer. Chandler peker på at alt de trenger å gjøre for å fylle denne rollen, er å stirre inn i kamera med bedende øyner.

For elevene var det helt åpenbart at reklamene og annonsene generelt måtte inneholde en stor grad av lidelse og nød. Det at personene i reklamene var fattige, syke, foreldreløse, måtte illustreres tydelig. Dette for at de skulle få inntrykk av at de virkelig trengte hjelp. Flere av elevene antydet at disse elementene måtte være til stede for at de skulle få følelsen av at personene i reklamene hadde behov for støtte. Man kan antyde at elevene satte en standard eller et nivå med tanke på hvor fattige personene måtte være, for at de skulle ha behov for å være med i reklamer for hjelpeorganisasjoner. Som nevnt innledningsvis peker Kennedy (2009) på at bilder som i liten grad viser fattigdom og elendighet betrygger publikum, mens sjokk i større grad får dem til å reagere og støtte hjelpeorganisasjonen. I den forbindelse peker han på at det er risikabelt for hjelpeorganisasjonene å senke standarden med tanke på annonsenes fokus på fattigdom og elendighet. Dette kan blant annet resultere i at hjelpeorganisasjonen mister potensielle givere, fordi publikum i liten grad ser deres behov for støtte som nødvendig. Kennedy peker på at hjelpeorganisasjonene i stor grad fokuserer på å tiltrekke seg nye givere.

I forbindelse med Redd barna fadderannonse, ba jeg dem reflektere over hvordan de hadde reagert, hvis jenta på bilde også hadde en mor tilstede, eller en bestemor eller en annen person fra nærmiljøet hennes.



For de fleste elevene kunne dette tolkes som om hun ikke hadde behov for hjelp. Elevene var også negativ med tanke på om annonsen var slik den var originalt, men med en mor tilstede i tillegg til jenta, eller en bestemor eller en annen person fra nærmiljøet hennes. En elev pekte på at man kunne ha behov for hjelp selv om foreldrene var i live, eller at de hadde noen andre familiemedlemmer eller slektninger. De fleste elevene var fortsatt negativt til dette, blant annet fordi det ikke ville illustrere nøden eller fattigdommen i like stor grad. Som nevnt tidligere kan man se dette på bakgrunn av lidelse som en salgsvare, slik Kennedy (2009) beskriver. Chandler (i Kennedy 2009, Chandler 2002) understreker at personene i annonsene avpersonifiseres ved at det i stor grad kun fokuseres på lidels og elendighet. Slik jeg tolker det vil jenta fremstå som mindre sårbar om hun har familie. Det at hun har familie vil igjen gi henne relasjoner som bidrar til å gjøre henne mer menneskelig og ikke kun som et symbol på elendighet og fattigdom.

Elevenes synspunkter på reklamene finner jeg interessant. Blant annet med tanke på at elevene i stor grad mener de er blitt immune for slike reklamer, men også med tanke på at elevene hevder at reklamene i liten grad er avgjørende for engasjemang. En mulig tolkning er at elevene anser reklamene som en representasjon av virkeligheten, og derfor ser det som en nødvendighet. Dette med tanke på representasjonen av Afrika og fattigdommen som finnes der, og at reklamene i noen grad bidrar til en bevissthet omkring dette. En annen tolkning kan også være, at elevene er av den oppfatningen at det kun er dem som føler en slik immunitet og i noen grad avstand til disse reklamene.

7.8 Elevenes oppfatning av skolens rolle av deres fortolkninger av annonsene

Elevene mener selv at undervisningen har mindre betydning for hvordan de fortolker reklamene. De mener selv at de ikke kan peke på noe spesifikt i forhold til hva eller hvordan de benytter seg av kunnskap relatert til undervisningen på skolen, men utelukker ikke muligheter for at de benytter seg av kunnskap relatert til undervisningen ubevisst. Dette fremstår blant annet som *noe de bare vet*. På den andre siden trekker elevene blant annet paralleller til faget religion i forbindelse med Plan annonsen. De trekker også inn arbeidsmetode som de benytter i norsk faget for å analysere Redd barna annonsen. Kunnskaper reltaert til historiefaget kan man antyde i deres forklaringer på årsaksforhold med tanke på fattigdom i Afrika.

7.8.1 Plan jentekampanje



(Plan Norge 2010)

Som nevnt tidligere spiller Plan Jentekampanje annonsen i stor grad på symbolisme. Slik jeg har tolket den, referer prislappen til kastemerket som igjen referer til verdi og sosial status. Prislappen eller kastemerket henviser dermed til den problemstillingen som plan Jentekampanje handler om, verdi og sosial status til jenter. Samtidig kan man si at annonsens vektlegging av symbolisme kan bidra til en stigmatisering av india og den indiske kulturen, selv om kampanjen handler om mer enn piker i india og den indiske kulturen. I forkant av intervjuene antok jeg derfor at prislappen i pannen i større grad ville være ledende for elevenes fortolkning av annonsen, enn det den var. Koplingen til kastesystemet og

betydningen av verdi symbolisert ved prislappen i pannen var uklar for flere av elevene. Koplingen deres gjøres i større grad gjennom klærene til piken. Dette bidrar i stor grad til bestemmelse den etniske opprinnelsen til piken, som er førende for relateringen til hinduismen og kastesystemet. Elevene relaterer i noen grad denne annonsen til religionsundervisningen. De ser blant annet denne relevant med tanke på hinduisme og kvinneundertrykkelese som er temaer som er relevante for dette faget.

"I religion har vi om hinduisme og undertrykking av kvinner og sånn" (Maya 19 år)

Bassert på klærene og utseende til jenten, konkluderer eleven med at jenten er av Indisk opprinnelse. Eleven forbinder India med hinduisme, og viser til at kastesystemet er sentral i den hinduistiske religion. Eleven relaterer i noen grad annonsen til religionsundervisning i skolen. Dette blant annet på bakgrunn av at de har om hinduisme i religionsundervisningen. Eleven ser også kvinneundertrykking som sentral i forhold til religionsundervisningen, da dette er et tema som taes opp i forbindelse med faget. Man kan antyde at undertrykking av kvinner i noen grad relateres til enkelte religioner.

En annen elev påpeker at det er et forbud mot bruk av kastesystemet.

"Kastesystem er jo egentlig ikke lov damen de bruker det jo fortsatt" (Vivian 19 år)

Eleven gir uttrykk for at hun er oppgitt i forhold til dette, og mener at annonsen illustrerer det håpløse ved det. Hun mener at dette illustrerer hvordan man jobber for endringer som i liten grad finner sted blant annet fordi de ikke respekteres av befolkningen. Dette representerer for henne noe av problematikken rundt det å skulle hjelpe andre, og hvordan man på bakgrunn av dette ikke gjør så store fremskritt som man kunne ha gjort, som for eksempel med tanke på kastesystemet. Dette er interessant i forhold til elevenes oppfatning av likeverdige rettigheter eller likestilling i samfunnet som universelle. Man kan antyde at en slik oppfatning setter begrensninger for hvordan elevene tenker omkring problemstillinger knyttet til for eksempel likestilling, og i mindre grad reflekterer over hva som kan være årsaker til at enkelte rettigheter ikke har like stor legitimitet hos alle.

Elevene er større grad avhengig av teksten i annonsen for å finne mening ved annonsen og hva Plan jentekampanje handler om, bortsett fra India og hinduismen. Religionsforbindelsen er i denne sammenhengen sterk og det kan være flere årsaker til det.

Samtidig er det ikke overraskende at fokuseringen på hinduismen kommer i sentrum. Som nevnt tidligere antyder Tvette og Nordkvelle (2010) at elevene i større grad får mer materiale om religioner enn om de froskjellige kulturene. De underbygger dette blant annet med det konkrete og faktaorienterte i forbindelse med religiøse riter, noe som kan bidra til at det religiøse aspektet ved kultur og levevis blir overdrevet. På den ene siden kan man tolke det som om annonsen henviser til den bestemte religionen. Samtidig som man kan tolke bruk av symbolikk som en henvisning til en overordnet problemstilling.

De fleste av elevene var avhengig av teksten i annonsen for å vite hva annonsen, eller hva Plan jentekampanje handlet om. Ved hjelp av teksten refererer de blant annet til hvordan ettbarnspolitikken i Kina bidrar til dårlige vilkår for piker, fordi gutter blir ansett som mer verdt enn piker. Elevene peker blant annet på at dette i større grad medfører abort på jentebarn og i sin helhet har store konsekvenser for jenters eksistensgrunnlag i Kina. I tilknytning til plan jentekampanje annonsen peker elevene også på menneskehandel og prostitusjon som relevante problemstillinger knyttet til verdispørsmålet.

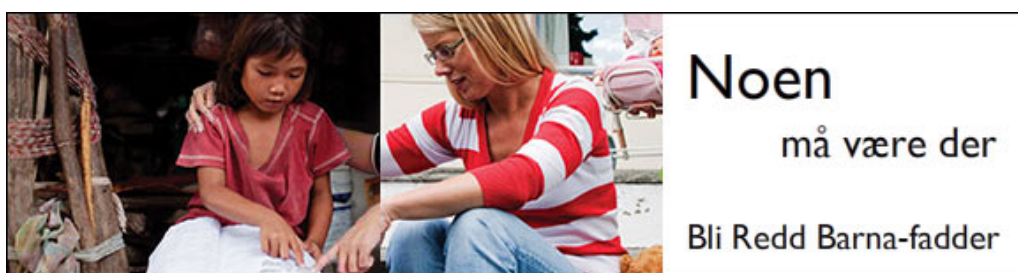
Av de tre annonsene som ble benyttet i denne undersøkelsen, var plan jentekampanjen den annonsen som fremstod som mest utfordrende for elevene. Dette var noe overraskende, blant annet fordi man kan se likestilling og jentenes sosiale status som noen av kjerneområdene i kampanjen. Slik jeg ser det er dette spørsmålet aktuelt i de fleste samfunn, men på forskjellige områder. Samtidig som Plan bygger brønner i landsbyer som en del av forebyggende tiltak mot voldtekt av jenter, bidrar organisasjonen også med arbeid knyttet til holdninger som har med likestilling mellom kjønnene og kvinners sosiale status. Selv om vi er kommet langt i Norge med tanke på likestilling, finnes det også innenfor våre landegrenser problemer knyttet til spørsmål angående likestilling og den sosiale status til jenter. Ut i fra dette kan man blant annet se Plan Jentekampanje som aktuelt også i vårt samfunn, selv om Plan i større grad fokuserer på *noen samfunn hvor jenter blir sett på som mindre verdt enn gutter*. Slik jeg tolker det, kan dette være medvirkende til at elevene tolket problemstillingen i Plan jentekampanje som noe som kun er aktuelt i andre samfunn og kulturer.

I tilknytning til denne tolkningen kan man antyde at elevene i noen grad distanserer seg fra problemstillingen.

Med dette mener jeg ikke at de tar avstand fra problemstillingene og er av den oppfatningen at den er uviktig, men snarere at det er noe som er vanskelig å forholde seg til fordi de oppfatter at problemene befinner seg langt borte fra deres samfunn. Som jeg har antydnet, er jeg noe overrasket over dette. Dette fordi spørsmål om likestilling og jenters sosiale status på forskjellige tidspunkt er aktuelt i de fleste samfunn.

Som nevnt tidligere har Tvette og Nordkvelle (2010) blant annet pekt på det problematiske av fokuset på religion som det ”avstandsskapende.” Det kan tyde på at annonsens sterke fokusering på en annen kultur som medvirkende til denne distanseringen.

7.8.2 Redd Barna fadderannonse



(Redd barna 2010)

Generelt hevder de at de i liten grad ser undervisningen som relevant i forhold til de fortolkningene de gjør, men peker på at det er en mulighet for at de gjør dette ubevisst. Samtidig er det tydelig, spesielt med Redd Barna annonsen, at elevene trekker inn norsk undervisningen for å få tak, eller retttere sagt tolke budskapet i reklamen eller annonsen..

”Se, de har ikke giddet å dra ned og tatt et ordentlig bilde engang!”(Kathrine 19)

Elevene blir umiddelbart veldig frustrert over den dårlige teknikken med tanke på redigering av bildet, og føler det er lagt lite arbeid i å gjøre den bra. De gir uttrykk for at de blir litt provosert av dette, og mener den i mindre grad appellerer til dem på bakgrunn av dette. Det dårlige bilde illustrere for dem liten grad av engasjemang fra organisasjonens side, som etter deres synspunkt har benyttet seg av en dårlig klipp og lim metode. Elevene stiller seg svært negativ til tanken om at hjelpeorganisasjonene har bearbeidet ” gammelt materiale”.

Bearbeiding av gammelt materiale gjennom en dårlig klipp og lim metode, illustrere for dem latskap fra hjelpeorganisasjonens side. De antyder at det burde blitt lagt større arbeid i å utforme en annonse som var interessant. Etter en heftig sessjon med diskusjon av bildet og detaljer, begynner elevne å se nærmere på kroppsspråket til personene på bildet og ansiktsuttrykke til piken.

”Kanskje det er slik at du kan sitte hjemme og ha omsorg for noen der nede.” (Steffen 19 år)

Det at kvinnen sitter og holder rundt jenta, asosieres med omsorg. Dermed begynner det dårlige bilde å få en mening. Elevene konkurrerer med at selv om man befinner seg i Norge, kan man ha omsorg for et barn gjennom fadderskap.

”Ja, for det er jo akkurat det som er å være fadder.” (Maya 19 år)

Elevene reflekterer over det å vise omsorg for noen i forbindelse med fadderskap. Og mener de har *knekt koden* i annonsen.

”Denne skulle vi fått i Norsk!” (Marita 18 år)

Elevene blir veldig veldig oppspilt av å ha ”knekt koden.” De relaterte måten de arbeidet seg fram til budskapet på med norsk faget, men utover dette relaterte de ikke undervisning i skolen som relevant i forbindelse med fortolkningen av annonsen.

”Ja, det var morsomt, det var smart gjort, nå appelerte den litt mer til meg.” (Steffen 19 år)

En av elevene gav uttrykk for at annonsen appelerte litt mer til han når han forstod hvordan de hadde tenkt det med bildet. Slik han så det, hadde de lagt ned litt arbeid i å få hans oppmerksomhet. Dette bidro blant annet til at annonsen appelerte litt mer til han.

Dette antyder blant annet at elevene i noen grad benytter kunnskap de har tilegnet se i norsk faget med tanke på tolkning av reklame. Dette med tanke på budskapet i reklamen. Spesielt med tanke på annonser hvor det fokuseres mindre på å fortelle en historie. Elevene beytter i større grad de analytiske verktøyene, samtidig som dette begenses til oppfatning av selve budskapt i reklamene. Dermed blir analysen av annonsen redusert til hva aktørene bak annonsen ønsker å formidle. Det var noe overraskende at elevene var tilfredse med finne budskapet i annonsen, da de i begynnelsen benyttet seg av de analytiske egenskapene de forbinder med norsk faget. Man kan i dette tilfelet antyde at elevene i mindre grad ser aktørene bak budskapet som aktuelle. Som nevnt tidligere legger Vettenranta (2004) blant annet vekt på relevansen av undervisningen og forståelsen av media i skolen, og hvordan

disse egenskapene er relevante for å kunne evaluere og lese meditekster og se heleheten og også kan være med å bidra til bevsste samfunnsborgere. Det er med andre ord av betydning å utvikle elevenes mediekompetansse. I følge Vettenranta omfatter denne mediekompetanssen kunnskaper, ferdigheter, og den kyndighete som er nødvendig for å tolke gjennom analyse, eevaluering og kritisk evolusjon. Hun understreker også betydningen av å se mediteksten i en større helhet og ha en større forståelse av de sosiale, økonomiske og historiske sammmhengene meditekstene er produsert og distribuert i.

7.8.3 Historie

Tilknytning til undervisningen i skolen er tydeligst i forbindelse med årsaksforklaringer med tanke på hvorfor noen land er rike og noen land er fattige. Man kan antyde at elevene benytter kunnskaper fra historiefaget og geografi. Elevene legger blant annet stor vekt på kolonialiseringen når de skal forklare årsaken til at noen land er rike og noen er fattige. De tidligere kolonimaktene er blitt rike på bekostning av koloniene som i dag utgjør store deler av de fattige landene. De peker blant annet på forvaltning av naturressurser. Elevene antyder også et slikt forhold i moderne tid. Elevene peker på at mange land som er fattige i dag har større ressurser enn de fleste land i Europa. De peker på at disse resursene i liten eller ingen grad kommer opprinnelseslandene til gode men i stedet går til stormaktene, og i nyere tid til de store selskapene. Man kan antyde et skifte som i større grad fokuserere på relasjoner mellom store multinasjonale selskaper fremfor land, dermed skifter aktørene fra land til multinasjonale selskaper. Elevene omtaler mye på det generelle nivået og gir ingen konkrete eksempler på verken stormakter eller selskaper. I tilknytning til dette kan man også antyde at Norge ikke er inkludert i den gruppen land eller stormakt som kan ha vært involvert i undertrykking eller utnyttning av fattige land. Dette også med tanke på multinasjonale selskaper.

De fattige landene i verden, spesielt i Afrika, blir sett på som ofrer i den verdensøkonomiske sammenheng.

”Det er jo derfor noen av de afrikanske landene har lyst på en ny økonomisk ordning. Hele verdensøkonomien er jo bygget på utbytting og undertrykking av enkelte land.”(Steffen 19 år)

Eleven ser dette blant annet på bakgrunn av Afrikas fortid som koloni under styresett av flere kolonimakter. Koloniseringen uttrykker seg i dag gjennom undertrykking og utnyttning av fattige land i forbindelse med handel, men også i forbindelse med billig arbeidskraft og tilgang på råmateriale hvorpå de rike landene- og de store multinasjonale selskapene får profitten da de har eierskap til produksjonen. De fattige landene står dermed maktesløse overfor et system som i stor grad går i de rike landenes fravær, et system som i stor grad er tuftet på de rike landenes undertrykking av fattige land.

Årsaksforklaringene på hvorfor mange av de Afrikanske landene er fattige , samsvarer i noen grad med de funnene Nordkvelle og Tvette (2010) har gjort i sin undersøkelse av lærebøker i samfunnsfage. Gjennom den historiske relasjonen mellom Nord og Sør har Nord blitt rike på bekostning av Sør. Som nevnt tidligere er kolonialisme og imperialisme en viktig årsaksfaktor også i lærebøkene. Kritikken av imperialismen og kolonialismen føres også fram til moderne tid, der for eksempel industrielt fiske tømmer Stillehavsfarvann for lokal fisk. Dermed beskrives årsaksdimensjonene både i historisk og nyere tid, men knyttes i økende grad til miljøspørsmål og globalisering som fenomen i nyere tid. Samtidig som imperialismen og kolonialismen omtales med sine sterke konsekvenser på kritisk tid, peker Tvette og Nordkvelle på at man i lærebøkene også legger vekt på å skape nyanse med tanke på skyldfordelinger. Det gåes blant annet grundig inn på dynamikken i hvert enkelt land, som for eksempel hvordan lokale slavehandlerer på Vest -Afrika og Sentral -Afrika samhandlet med oppkjøpere fra nord. I følge Nordkvelle og Tvette unngår dermed lærebøkene å skape et for ensidig skyldfordeling, og man får dermed en nyanse som er viktig (Tvette og Nordkvelle 2010). Som nevnt tidligere legger elevene i stor grad på kolonialismen i sine årsaksforklaringer. Dette innebærer blant annet at de rike landene i stor grad er blitt rike på bakgrunn av overgrep på fattige land. Selv om elevene er svært forsiktige i sine uttalelser med tanke på kritikk av fattige land i Afrika, kan man antyde at de ser korrupsjon som problematisk i forhold til de fattige landenes utvikling. Dermed gir også elevene i noen grad uttrykk for nyansser i sine årsaksforklaringer, samtidig som de gir uttrykk for at hovedansvaret ligger på de rike landene. I likhet med Nordkvelle og Tvette (2010) impliserer også elevene et moralsk ansvar i relasjonen Nord Sør , dette blant annet på bakgrunn av at Nord er blitt rike på bekostning av landene i Sør. De fattige landene i Afrika er for dem handelseslammede ofre for de rike landenes makt og økonomiske fortrinn.

Slik jeg tolker det bidrar historiefaget til å fremstille folk i utviklingsland som offer uten mulighet til å velge eller endre sin egen fremtid. De reduseres gjennom årsaksforklaringene til objekter som i mer eller mindre grad er avhengig av at ”vi” skal komme og hjelpe ”dem”. Dermed kan man trekke relasjoner mellom skolediskursen og den bistandsdiskursen som Tvedt (1990,2003) beskriver. og den misjonsdiskursen Gullestad (2007) beskriver. I følge Gullestad så, misjonærene på Afrika som et kontinent som måtte reddes, samtidig som dette også må sees på bakgrunn av misjonsbefalingen.

8 Konkusjoner

Cristoffanini (2004) peker blant annet på at forestillingene av andre ikke oppstår av seg selv. Både Eide (2004) og Dahl (2002) viser til at media i stor grad har innvirkning på hvordan vi forestiller ” de andre”. Tvedt (2003) peker på at kommunikasjonsregimet bevisst legger føringer på hvordan vi forestiller ”de andre”, men også ” oss” eller Norge.

Dette prosjektet antyde at elevene baserer sine forestillinger på de stereotypiene som dominerer media, blant annet gjennom reklamene for hjelpeorganisasjoner. Basert på disse bildene reproduserer også elevene sine egne forestillinger og bilder av ” de andre”.

Stereotypier og generalisering av grupper av mennesker, er sentral med tanke å denne reproduseringen av ” de andre”. Dette har slik jeg ser det invirkning på hvordan de blant annet ser på Afrika. Afrika fremstår for dem som et land preget av katastrofer og elendigheter, Afrikanere fremstår som det lidende folket som har behov for hjelp, blant annet av hjelpeorganisasjoner. De fremstår som resurssvake og mindre kompetente enn ”oss”. Man kan antyde en viss nedvurdering av ” de andre”. Deres reprodusering av ” de andre” legger blant annet føringer på bestemte holdninger i forhold til bistand og utviklingspolitikk. Dette kan man se i lys av det synet som er dominerende, med tanke på utviklingspolitikk i media. De har blant annet en oppfatning av normalitet i forhold til denne.

Skal man se dette prosjektet i forbindelse med de overordnede målene, finner jeg antydninger til at fortolkning av reklamer for hjelpeorganisasjoner står i en særstilling i forhold til dette. Dette med tanke på mangel av kritisk vurdering av de tekstene de leste, som i dette tilfellet var reklamer for hjelpeorganisasjoner. Noe av årsaken til at jeg tror disse tekstene står i en særstilling, er blant annet på grunn av den rollen som hjelpeorganisasjonene har i våre forestillinger om den gode handling. Samtidig kan man antyde at mangel på denne kritiske vurderingen , blant annet kan bidra til det motsatte av hva noen av kunnskapsløftets overordnede mål for samfunnsfaget er ; som er samfunnsengasjerte borgere og global bevissthet eller globalt medansvar.

Ved ikke å utfordre de bilder og de stereotypier som man blant annet finner i reklamer for hjelpeorganisasjoner, kan den globale bevisstheten man ønsker, bli en virkelighetsforestilling basert på reproduserte bilder og forestillinger, som i noen grad kan sies å bærer preg av gamle

fordommer. Prosjektet antyder også at bildene av ” de andre” og ” oss” som blant annet i form av hjelpeorganisasjoner i noen grad motvirket det potensielle for samfunnsengasjerte borgere. Med tanke på problemstillingene ønsker jeg å konkretisere de funnene jeg hadde i tilknytning til det jeg ønsket å vite mer om, i forbindelse med fortolkningen av medieteksten.

Hvordan undervisningen i samfunnsfaget bidrar til fortolkningen?

Denne undersøkelsen viser antydninger til at elevene bygger på de implisitte kunnskapene de har fått gjennom undervisningen. Undersøkelsen antyder at denne kunnskapen i noen grad underbygger de fortolkningene elevene gjør, med tanke på ”de andre” og bidrar i liten grad til å bryte ned de forestillingene og stereotypene som dominerer. Slik undersøkelsen antyder er det liten grad av alternative forestilinger til , forestillingene om ” vi ” og ” de andre” i Skolen. Slik jeg ser det, kan dette være medvirkende til hvordan elevene i større grad reproducerer de forestillingene og stereotypene som blant annet dominerer i media.

Hvordan relaterer elevene det de lærer i samfunnsfaget til reklamer for hjelpeorganisasjoner?

Jeg mener dette kan sees i sammenheng med antydningene jeg tidligere har nevnt. Samtidig må det pekes på at elevene blant annet relaterer Historiefaget og de årsaksforklaringer som vektlegges der med tanke på hvorfor noen land er rike og noen fattige , og spesielt med tanke på fattigdom i Afrika. Slik jeg har tolket det, viser undersøkelsen at historiefaget bidrar til å fremstille folk i utviklingsland som offer uten muligheter til å velge eller sin egen fremtid. De fremstilles som ” objekter” som er avhengi at ”vi” kommer og hjelper ”de”. Ut i fra en slik tolkning er skolediskurssen liknende til den bistandsdiskurssen som Tvedt (1990,2003) beskriver, og den misjonsdiskurssen som Gullestad (2007) bskriver.

Hvordan tar elevene stilling til informasjonen. Tar de avstand fra reklamene, blir de engasjerte av annonsene eller er de likegyldige til dem?

Annonsene bidrar i noen grad til å vekke empati hos elevene og sosial bevissthet. Annonsene bidrar i liten grad til engasjemang hos elevene, samtidig må det påpekes at man ikke kan sidestille dette med likegyldighet. De gir antydninger om at de trenger en direkte oppfordring for å engasjere seg, gjerne i form av aksjoner på skolen.

Annonsene kan sies å være avstandsfremmende med tanke på deres bruk av medlidenhet og standardiserte former. Slik jeg vurderer det må man se disse annonsene i sammenheng med forenklete nyheter av blant annet Afrikanske land, og nyheter generelt. Elevene mener de i stor grad er blitt følelsesmessig immune mot slike reklamer, grunnet stor grad av eksponering for lidelse og nød, generelt i media. Samtidig er de av den oppfatningen av at annonser bør bruke emosjonelle virkemidler. Dette kan bety en form for apati som egentlig er en følelsesmessig reaksjon, eller det kan bety at de selv ikke ser eller aksepterer sine egne reaksjoner. Kennedy (2009) peker blant annet på at annonsene tar sikte på å sjokkere for å skape reaksjoner. Han peker også på at dette er et sjansespill fra hjelpeorganisasjonenes side, da denne sjokkeffekten kan og gjerne avtar over tid. Samtidig er dette likevel et viktig virkemiddel blant annet fordi hjelpeorganisasjonene tar sikte på å hele tiden generere nye givere med å ta i bruk emosjonelle virkemidler. På bakgrunn av dette, kan man se på elevens relativt positive holdning til bruk av emosjonelle virkemidler i annonsene som logisk. Samtidig som det også kan stå som et paradoks.

Om de blir engasjerte, ønsker de å handle og eventuelt på hvilket grunnlag ønsker de å handle

Undersøkelsen antyder at elevene ikke hovedsakelig blir engasjerte på bakgrunn av annonsene, men i større grad blir engasjerte av direkte henvendelser fra hjelpeorganisasjoner og frivelige organisasjoner. Undersøkelsen antyder at de ser slike engasjementer som mer meningsfylt, enn å sende penger til et fadderbarn, eller sende penger generelt. Elevene har blandende følelser med tanke på hvilket grunnlag de ønsker å handle.

Dette blir en kombinasjon av skyldfølelse, fordi de har lyst og fordi de ser det som moralsk riktig. De ser gjerne på deres egen rikdom som utgangspunkt for å hjelpe andre. Dette innebærer blant annet tanken om at de som har det godt og som har mye, burde dele, i form av å hjelpe andre. Samtidig behøver ikke dette være i form av langvarig engsjemang.

Litteraturliste

- Benthall. J.(1993)Disaster, relief and the media. London:IB Tauris.
- Bourdieu. P (1998) Practical reason. Polity Press
- Bourdieu. P (1998)On television and journalism. Pluto Press
- Boltanski. L (1999) distant suffering. Cambridge university press.
- Chandler. D. (2002) From Kosovo to Kabul: human rights and international intervention. London: Pluto Press
- Cristoffiani. P.R. (2004) the representation of the others as strategies of symbolic construction: Intercultural alternatives.Copenhagen business School press.
- Clark. D. J. (2009) Representing the majority world famine, photojournalism, and the shanging visual economy, doctoral thesis, Durham university.
- Dahl Å.J.R. (2002-2003) Bråkmakarne og dei hjelpelause: Media i Afrika, Afrika i media. Solidaritet Forlag.
- Gullestad M. (2007) Misjonsbilder, bidrag til norsk selvforståelse Universitetsforlaget.
- Getikow. B. (2002) Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode for (ferske) medieforskere. Institutt for mediefag
- Jakobsen. G. (2008) . Verdensbilder og selvbilder: Norsk bistands- og misjonorganisasjoners bilder av Afrika. Masteroppgave. Universitetet i Oslo
- Jere- Malanda. R (2002) Om å fødes på ny: Media i Afrika, Afrika i media. Solidaritet Forlag.
- Kennedy. D (2009) Selling the distant other:Humanitaianism and imagery- Ethical dilemmas of humanitarian action.The journal of humanitarian assistance. Feinstein international center. <http://jha.ac/tag/distant-suffering/>
- Meyer. S og .Sirnes. T.(1998) Normalitets og identitetsmakt i Norge. Ad Notam Gyldendal.
- Nilsen. C. (2007) Prosjektrapport nr 10/2007, Agderforskning
- Nordkvelle .Y.T og Tvette. I (2010) Nord / Sør pespektiver i norske lærebøker, kortversjon, Høgskolen i Lillehammer. <http://www.rorg.no/Artikler/2201.html>
- Rye. S .A (2008) Globale Hendelser i en lokal hverdag- ungdommers bruk av digitale medier i møtet med globale politiske og kulturelle hendelser. Prosjektbeskrivelse.

Rye.S.A m.fl (2010) Nettgenrasjonen utfordrer skolen,
[ttp://www.fvn.no/mening/debatt/article798313.ece](http://www.fvn.no/mening/debatt/article798313.ece)

Said.E. (1978) Orientalism, Penguin Books

Singer. P.(1972) Famine, Affluence, and Morality. Philosophy and public affairs,
Vol. 1, No 3, Princeton Univesity press.

Eide. E og Simonsen . A.H (2008) Verden skapes hjemme fra. Unipub AS

Eide. E og Simonsen . A.H (2005)Å se verden fra et annet sted. J.W. Cappelens forlag AS

Eide. E og Simonsen . A.H (2001)De der nede: reportasje utenfor allfarvei. IJ forlaget.

Stangor.C (2000) Steretypes and predjudice. Psychology Press..

Thagaard. T (2003) Systematikk og innlevelse, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Tvedt.T. (2003)Utviklingshjelp, utenrikspolitikk, og makt. Den norske modellen. Gyldendal norsk forlag A/S.

Tvedt.T (1990) Bilder av ”de andre”.Om utviklingslandene i bistands epoken
Universitetsforlaget

Vettenranta .S(2005) De unge og katastrofenyheter, Abstrakt forlag.

Vettenranta S (2004) Mediepedagogikk, Fra instrumenthåndtering til kritisk borgerskap.
Universitetsforlaget, norsk medietidsskrift/årg 11/nr 4/316-332

<http://www.skolenettet>.

<http://www.rodekors.no>

<http://www.plan-norge.no>

<http://www.reddbarna.no>