

”Mer enn penger”

”Hvordan kommuniserer Kirkens Nødhjelp appell og tilbakemelding til givere, med fokus på sultkatastrofen på Afrikas Horn 2011?”

AVH5035 - Masteravhandling (60 ECTS)
Våren 2012

Ole Kristian Johansen
Master i Religion, society and global issues

Veileder: Førsteamanuensis Kjetil Fretheim

Det teologiske Menighetsfakultet
Oslo

Oppsummering

Sultkatastrofen på Afrikas Horn regnes som den verste katastrofen på 60 år. Likevel fikk ikke katastrofen vår oppmerksomhet før det ble varslet hungersnød i deler av denne regionen. Den økende givergleden kom som et resultat av bistandsorganisasjoners arbeid internt og i samarbeid med mediene. Utfordringen KN står ovenfor er hvordan de skal kontekstualisere budskapet slik at det når ut til flest mulig mennesker. Når man skal formidle både appell og tilbakemelding, er det viktig å vite hva som er hensikten til appellen og tilbakemeldingen. I dette tilfellet er det ønsket om å skape motivasjon og engasjement som er drivkraften for kommunikasjonsprosessen. Ved å belyse områder som skaper interesse for tematikken, benytter avhandlingen seg av ulike teorier og perspektiver i besvarelsen av forskningsspørsmålet. Hver teori og hvert perspektiv representerer et utsnitt av virkeligheten. Avhandlingen bruker teorier og perspektiver fra både kommunikasjonsteori, dramaturgi, orientalisme og fundraising for å skape en bredere forståelse av virkeligheten.

Afrikas Horn katastrofen skiller seg fra andre kriser i hvordan den utvikler seg. Fordi krisen er saktegående reflekterer det også hvordan bistandsorganisasjoner og media dekker krisen. Utfordringen er å gjøre tematikken aktuell, selv før krisen eskalerer til hungersnød. Ser vi på kommunikasjon isolert fra Afrikas Horn katastrofen vil det i stor grad handle om å formidle budskapet så klart at det ikke finnes rom for mistolkning. Ser man på kommunikasjonen fra et dramaturgiperspektiv vil ønsket om å avdekke sann kunnskap være overhengende i hvordan man formidler og kontekstualiserer budskapet. Hensikten og målet med bistandskampanjer er å skape oppmerksomhet, men også et økonomisk engasjement. Samtidig er det viktig å forstå bakgrunnen for hvorfor vi fremstiller budskapet slik som vi gjør.

Antall ord 37 699

Forord

Det er et privilegium å få lov til å arbeide med en tematikk over et helt år. Med aspekter som både inspirerer og frustrerer. Det har vært faglig og personlig krevende, men jeg ser tilbake på et år hvor jeg har vokst i forståelsen av temaet, og i eget liv. Verden er definitivt mer kompleks enn hva man tror når man står på startstreken. Det har vært spennende å arbeide med en aktuell tematikk, som berører både bistandsbransjen, media og vår egen forståelse av katastrofer som skjer utenfor den norske konteksten.

Jeg vil benytte anledningen til å takke min veileder, førsteamanuensis Kjetil Fretheim, for konstruktive tilbakemeldinger og gode råd. En som stiller de riktige spørsmålene slik at jeg kom videre. Som alltid kom med positive vinklinger og hvor døren alltid har stått åpen når jeg lurte på noe. Jeg vil takke Atle Sommerfeldt, Nils Harald Strøm og Sindre Standen Tollefsen som har vært tilgjengelig fra Kirkens Nødhjelp. Dere har gitt meg svar når jeg har stått fast. Takk til Dr. Philip McCarty ved University of California, Santa Barbara, som har hjulpet til i fremveksten av oppgaven. Jeg vil også takke Professor Tormod Engelsviken, for konstruktiv tilbakemelding og rådgivning. Jeg vil takke familie og venner for at dere har hatt meg i tankene og med oppmuntrende ord. Takk for at dere har holdt ut med meg i året som er gått. Til slutt vil jeg takke min niese og mine nevøer, Ann Jeanett, Fredrik og Mattias. Dere har latt meg få lov til å koble ut og bare være onkel.

Alle analyser og konklusjoner står jeg alene fullt og helt ansvarlig for.

Innholdsfortegnelse

Oppsummering	2
Forord	3
1.0 Introduksjon	6
1.1 Problemstillingen	6
1.2 Avgrensning og definisjon av problemstillingen	6
1.3 Annen forskning på området	9
1.4 Materialet for avhandlingen	12
1.5 Disposisjon over avhandlingen	13
2.0 Bakgrunn for oppgaven	15
2.1 Kirkens Nødhjelp	15
2.1.1 Kirkens Nødhjelp som påvirkningsaktør mot individet og myndighetene.....	16
2.1.2 Kirkens Nødhjelp i møte med sultkatastrofen på Afrikas Horn.....	16
2.2 Situasjonen på Afrikas Horn	17
2.2.1 Klima og naturfenomener	17
2.2.2 Politiske uroligheter og fremvekst av milits.	18
2.2.3 Bistandsorganisasjoners begrensede adgang til kriseområdene.	18
2.2.4 Norsk Bistandspolitikk i til krisen	19
3.0 Metode	20
3.1 Hvorfor metode	20
3.2 Hermeneutikk- å forstå hverandre	20
3.3 Svakheter ved bruk av kvalitativ metode sett i lys av oppgaven	21
3.3.1 Troverdighet i kvalitativ forskning.	22
3.3.2 Hvordan gjøre pålitelig forskning.....	22
3.4 Innsamling av data	22
3.5 Hvordan fikk jeg adgang til organisasjonen og til materialet	23
3.5.1 Etablere kontakt	24
3.5.2 Tidsaspektet i innsamling av materialet.....	25
3.5.3 Etablert tilgang til materialet, krever et utvalg av materiale.....	25
4.0 Teori	27
4.1 Kommunikasjonsteori	27
4.2 Språk og bilder i massemediene	29
4.2.1 En Språklig kommunikasjons modell	29
4.2.2 Kommunikasjon inndelt i ulike funksjoner.	30
4.2.3 Oppsummering.....	32
4.3 Dramaturgiforståelse som analyseverktøy	33
4.3.1 Tolv steg i en manusanalyse.....	33
4.3.2 Det klimatiske plott.....	36
4.3.3 Oppsummering.....	38
4.4.Fundraising – oppbygningen av gode kampanjer	38
4.4.1 Grunnprinsippet for fundraising	39
4.4.2 Hvordan nyttiggjøre spesielle arrangement riktig	39
4.4.3 Oppsummering.....	41
4.5 Orientalisme og imperialisme- avhengigheten mellom Nord og Sør	41
4.5.1 Orientalisme i dag	43
4.5.2 Imperialisme –opprettholdelse av "oss" og "dem"?	44
4.5.3 Oppsummering.....	45

5.0 Intern informasjonsanalyse.....	46
5.1. KN sine interne informasjonskanaler	47
5.2 Analyse av Kirkens Nødhjelp magasinet nr.04.2011	48
5.2.1 Hva et bilde forteller	49
5.2.2 Tekst som hjelpemiddel for å fortolke og forstå.....	50
5.2.3 Artikkelen og bildene i samspill	53
5.2.4 Samsvar mellom bildet og tekst.....	54
5.2.5 En personlig livshistorie	55
5.2.6 Hva forteller et kadaver?	57
5.2.7 Oppsummering.....	57
5.3 Kampanjemateriell som virkemiddel i formidling av sultkatastrofen.....	58
5.3.1 Hva er og hva formidler kampanjematerialet.	58
5.3.2 Plakat og banner som kommunikasjonsbærer	60
5.3.3 En offerappell til bruk i kirker og menigheter.....	65
5.3.4 I forbønn for Afrikas Horn.....	66
5.3.4 Oppsummering.....	67
5.4 Sykle for livet.....	68
5.4.1 Mer enn penger	68
5.5 Oppsummering	70
6.0 Ekstern medieanalyse – Trykte medier	71
6.1 Frekvens og dramaturgi i mediene	72
6.2 Kampanjestart og redegjørelse- <i>Protasis</i>	73
6.3 Oppbygging av en sak - <i>Epitasis</i>	78
6.3.1 Politisk strategi i samsvar med KN.....	80
6.3.2 Hvorfor er Høybråten interessant?	81
6.4 Fra krise til katastrofe – <i>Catastasis</i>	82
6.4.1 Når katastrofen er fakta og situasjonen er ute av kontroll	83
6.5 Katastrofen fortalt gjennom en bestemors øyne.....	85
6.6 Oppsummering	87
7.0 Ekstern medieanalyse – Radiomediet	89
7.1 Å male et bilde med ord og sette rammene.....	90
7.2 Viktigheten av lokale samarbeidspartnere.....	91
7.3 “To sup with the devil”	94
7.4 Korrupsjon – en integrert del av all humanitær bistand?.....	97
7.5 Oppsummering	101
8.0 Ekstern medieanalyse – TV mediet	103
8.1 Å formidle appell med bilder?	104
8.2 Hva skaper appell?	106
8.3 Innsamlingsappell i et talkshow.	107
8.4 Et individets historie.....	108
8.5 Nytenking og direkte appell	110
8.6 Oppsummering	113
9.0 Oppsummering og konklusjon.....	114
9.1 Avhandlingens oppsummering på kampanjen på Afrikas Horn i 2011	115
9.2 Forskningsspørsmålets generelle kommunikasjon.....	118
9.3 Avhandlingens bidrag til forskningen	119
10.0 Litteraturhenvisninger	121
Appendiks	124

1.0 Introduksjon

I dagens samfunn er sultkatastrofen gjort salgbar. Familier som sulter og er på flukt, er blitt deler av en nyhet. De blir gjort om til objekter i jakten på norske bistandspenger. Det er ikke første gang vi opplever sultkatastrofer, men den katastrofen vi så på Afrikas Horn i 2011 regnes for å være den verste på 60 år. Et brutalt og virkelighetsfjernt bilde utspiller seg i Øst Afrika. Mens vi i Norge er opptatt av lokale utfordringer, mister vi overblikket over hva som skjer utenfor våre egne grenser. Denne problematikken står bistandsorganisasjoner ovenfor når de skal forsøke å kommunisere appell og tilbakemelding til individer. I dynamikken mellom appell og tilbakemelding ligger det et moment av å kontekstualisere og skape en identitet. Budskapet som bistandsorganisasjon presenterer er likt uavhengig av hvilke medium det presenteres i, mens formatet som uttrykker budskapet kan være ulikt. For å oppnå gode resultater må budskapet spisses inn mot spesifikke målgrupper. Gode resultater kan reflekteres i god kommunikasjon. God kommunikasjon i denne sammenheng kan være en kommunikasjon som fremstiller krisen i et komplekst samspill mellom vellykkede historier og realitetsorientert formidling. Det vil være kommunikasjonen som skaper engasjement og interesse blant individer.

1.1 Problemstillingen

I denne studien vil jeg se nærmere på hvordan en organisasjon formidler en langsomt utviklende sultkrise til individer i det norske samfunn. Hovedspørsmålet for denne avhandlingen er:

”Hvordan kommuniserer Kirkens Nødhjelp appell og tilbakemelding til givere, med fokus på sultkatastrofen på Afrikas Horn 2011?”

1.2 Avgrensning og definisjon av problemstillingen

Denne problemstillingen tar utgangspunkt i en bestemt kampanjeperiode. Samtidig stiller problemstilling spørsmål om Kirkens Nødhjelps (KN) kommunikasjon på et mer generelt grunnlag. Bakgrunnen for denne forståelsen

av det empiriske arbeidet som er gjort i forhold til sultkatastrofen, kan også overføres til andre deler av KN sin organisasjon og også bistandsbransjen som helhet. For å kunne arbeide med problemstillingen, har jeg gjort en del avgrensninger i forhold til rammene en jobber innenfor. Krisen på Afrikas Horn har pågått over en lengre periode og er saktegående i utvikling. For denne avhandlingen har jeg tatt utgangspunkt i startdatoen for KN sin innsamlingskampanje 14 juli 2011. Jeg har valgt å se hvordan KN selv kommuniserer og hvordan de nyttiggjør seg av medienes redaksjonelle plass for å forstå mediedekningen som en helhet. Innsamlingskampanjer har ingen lang varighet. Dette gjør at kampanjer, slik som KN sin Afrikas Horn kampanje, lite sannsynlig vil ha stor medieoppmerksomhet i mer enn seks uker. Materialet for denne avhandlingen viser en nedgang i oppmerksomhet når man runder cirka fire uker. Dette gjør at avgrensningen for denne oppgaven strekker seg mot 14 august 2011.

Tematikken i problemstillingen avgrenser seg geografisk til Norge som nedslagsfelt for KN sin appell og tilbakemelding. Jeg vil ikke gå i detalj på de faktiske realiteter på Afrikas Horn, men fokusere oppgaven mot de kommunikasjonsprosesser KN og media spiller i Norge. Jeg ønsker å se hvordan appell og tilbakemelding blir kommunisert til mottagere og givere. Denne formidlingen av budskapet kontekstualiseres inn i ulike medier og dette samspillet blir viktig for å forstå hvordan mottagere oppfatter situasjonen på Afrikas Horn. Dette kan igjen være med å påvirke mottagerens giverglede.

Jeg ønsker å presisere noen ulike definisjoner i forskningsspørsmålet for å gi leseren en rask forståelse av hvordan jeg tolker og forstår disse begrepene. Med *kommunikasjon*, så forstår jeg det som en av de grunnleggende funksjonene i all meningsutveksling. Selve kommunikasjonsprosessen bygger på forståelsen av den lineære modellen: sender-budskap-mottaker, som ble introdusert i 1949 av Shannon og Weaver.¹ Videre har også denne begrepsforståelsen blitt større og mer detaljert, slik jeg vil vise til i Jakobsons utvidede kommunikasjonsteori fra

¹ Shannon & Weaver, 1949

² Jakobsen 1979

1979.² Denne forståelse av kommunikasjonsprosessen vil gi et av de teoretiske grunnlagene for denne oppgaven.

Med *Kirkens Nødhjelp* forstår jeg det som bistandsorganisasjonen som ble startet i 1947. Formålet med organisasjonen var å gi bistand til et økende behov for hjelp i Europa etter den andre verdenskrig. Med et oppdragsgivende mandat fra kirker og kristne organisasjoner i Norge, er KN nå en av de store bistandsorganisasjonene i Norge. Organisasjonen har nå arbeid og prosjekt over hele verden, både innen nødhjelp og langsiktig utvikling. I tillegg til utarbeidet har KN arbeid og pengeinnsamlinger i Norge, for å kunne hjelpe dem som trenger hjelp.

Hjemmearbeidet er i stor grad preget av givere, og med *givere*, forstår jeg det i denne oppgaven som å være de personer og bedrifter som blir påvirket av kommunikasjonen KN og mediene formidler, for å skape engasjement omkring den pågående krisen. *Givere* er også staten i den forstand at de er med å bidrar økonomisk til Afrikas Horn, via bistandsmidler. Men i denne oppgaven ser jeg først og fremst på kommunikasjonen mot individer og private givere og ikke mot myndighetene. For at KN skal få givere, krever det at organisasjonen gjør en innsats i å kommunisere både appell og tilbakemelding til givene. Med *appell* og *tilbakemelding* forstår jeg at disse to står i relasjon med hverandre. I noen former blir både appell og tilbakemelding formidlet simultant. Andre ganger vil det være en vekting mot appell eller mot tilbakemelding. Appell i denne oppgaven er KN sin stemme som maner til engasjement, interaksjon og ansvar. Tilbakemeldingen er for å forstå hvordan KN kommuniserer resultater til sine givere og det norske folk. Ved å formidle informasjon omkring situasjonen på Afrikas Horn, enten via egne kommunikasjonskanaler eller via mediene i Norge.

Sultkrisen slik den blir fremstilt i mediene gjelder regionen *Afrikas Horn*. I denne oppgaven er Afrikas Horn definert som en region i nordøst-Afrika og omfatter landene Somalia, Etiopia, Kenya, Djibouti og Eritrea. Regionen har en natur som

² Jakobsen 1979

er preget av lite nedbør og deler av regionen er kjent for å ha verdens høyeste temperaturer.³

Sultkatastrofen definerer jeg ut i fra statistikk som gir en forståelse om matsituasjonen i verden. Denne statistikken ser nærmere på mattilgangen per innbygger. Grunnen til å forstå sultkatastrofen slik er grunnlagt i “The IPC Reference Table”⁴ og dets klassifisering av matvaresikkerheten i verden. Sultkatastrofen i 2011 ble kategorisert ut i fra denne tabellen.

1.3 Annen forskning på området

Denne avhandlingen benytter seg av ulike teorier og perspektiver i for å kunne belyse forskningsspørsmålet best mulig. Dette gjør også at denne avhandlingen nyttiggjør seg annen forskning fra flere ulike fagfelt. Forskningen på de ulike områdene avhandlingen berører er stor og det vil ikke være plass å gjøre rede godt for all annen forskning. Denne avhandlingen berører temaer om Kirkens Nødhjelp, kommunikasjon, innsamlingsarbeid, globalisering, orientalisme, kultur og medieforståelse. For å belyse annen forskning på har jeg valgt så se nærmere på Aud Tønnesen sin forskning omkring KN. Terje Tvedt sin forståelse av norsk utviklingshjelp og David Held sin forståelse av globale forandringer i politikk, økonomi og kultur. Det bør også nevnes at det innenfor disse ulike feltene finnes det ressurser jeg i denne avhandlingen ikke berører.

Aud V. Tønnesen er den første jeg ønsker å fremstille. Hun har i sin forskning gitt et bidrag til forståelsen av KN som organisasjon. Hun har i sin studie sett nærmere på KN sin historie. Tønnesen har møysommelig gått igjennom tematikk som befatter nødhjelp og politikk, innsamling, holdningsskapning og politisk beslutningstaking. Den forståelsen som Tønnesen har vært med på å utforme har gitt denne avhandlingen bakgrunnsinformasjon som ble viktig for forståelsen hvordan KN har markedsført seg selv for å skape engasjement omkring

³ Askheim Svein “Afrikas Horn-natur” Lastet ned:18.03.12 http://snl.no/Afrikas_horn/natur

⁴ The Integrated Food Security Phase Classification(IPC) Lastet ned: 21.03.12:
<http://www.ipcinfo.org/attachments/ReferenceTableEN.pdf>

innsamlingskampanjer historisk sett.⁵ Kapittelet der hun ser nærmere på innsamling, holdningsskapning og politisk beslutningspåvirkning, har gitt en forståelse av hvordan KN fungerer i dag. Tønnesen gjør rede for hvordan KN har kommunisert tidligere for å kunne oppnå gode økonomiske resultater, ved å "gjøre mennesker passelig bløte om hjertet."⁶ Hun beskriver også den mer moderne strategien som KN arbeider etter i dag under tematikken "Sammen for en rettferdig verden."⁷ Videre skriver Tønnesen om hvordan KN som organisasjon på starten av 90 tallet, opplevde en nedgang i inntekter, hvorpå man etablerte en ny mer markedsorientert mediestrategi. Strategien legger større vekt mot mennesker som har ønsker om å forandre verden, skal kunne føle tilknytning til KN.⁸ Hennes arbeid på dette området har vært med på å danne en samlet forståelse av KN som organisasjon. Både ut i fra et historisk perspektiv, men også ut i fra det samfunnsengasjementet KN har i dag.

En annen norsk forsker som har arbeidet mye innenfor KN sitt virkeområde i form av utviklingshjelp er Terje Tvedt. Han har i *Utviklingshjelp, utenrikspolitikk og makt*,⁹ aktualisert en problematikk i den norske utenrikspolitiske debatten. Han har i sin forskning gjort et arbeid som ser på Norges rolle i det internasjonale verdensbilde. Fremstillingen av idealstaten Norge som aktiv innen fredsmekling og bistand. Hans forskning er det ikke et forsøk på å eliminere det norske engasjementet, men som Tvedt skriver:

Boken søker å forstå fundamentale forutsetninger og virkemåter, for å kunne analysere forholdene mellom makt/ressurser/kunnskap og kunnskapsløshet som har skapt den norske modellen for å "redde verden" og som har styrt den norske samtalen om verden.¹⁰

Hans forståelse av den norske modellen er "Norges bidrag til verdenspolitikken i globaliseringens tidsalder."¹¹ For Tvedt er denne modellen en måte og organisere det norske samfunnet på. Han skriver også at "den norske modellen"

⁵ Tønnesen 2007.

⁶ Tønnesen 2007:216

⁷ Tønnesen 2007:223

⁸ Tønnesen 2007:231

⁹ Tvedt 2003

¹⁰ Tvedt 2003:13

¹¹ Tvedt 2003: 21

profileres internasjonalt som en norsk merkevare, mens dens nasjonale legitimitet hviler på forestillingen om dens internasjonale, universelle nytte.”¹² Tvedt gjør i sin studie en større utredning av det nasjonale godhetsregime, dannelsesprosjektet og nasjonalkorporativisme. Dette gir kun et lite innblikk i hans forskning omkring denne saken. Tvedt kommer også inn på en tematikk, som denne avhandlingen belyser delvis. Forholdet mellom organisasjoner og myndigheter. Hvordan organisasjoner historisk har tilpasset sin kommunikasjon til de utenrikspolitiske bølger som lager landskapet. Politiske skifter i staten vil også forme hvordan staten ser på utviklingshjelp, men det er de glidende overgangene som Tvedt beskriver som er av interesse for denne avhandlingen.

To utviklingstrekk er utvetydige: Skille mellom hva som er kalt det ”sivile samfunn” og staten er blitt stadig mer flytende og utydelig. Statsforvaltningen har ”kolonisert” institusjonene, mens organisasjonene har ”invadert” den utenrikspolitiske arena.. .. I samfunnsforskning generelt snakkes det gjerne om ”velferdspluralisme” for å beskrive en utvikling hvor det offentlige i større grad kjøper velferdstjenester av frivillige organisasjoner.¹³

Tvedts forskning er viktig for å sette agendaen på en tematikk som normalt fremhever idealbildene. Hans bidrag til forskningen er en forståelse om gir et mer realistisk bilde av den posisjon Norge har i et globalt bistandsperspektiv. Han belyser også temaer som ser nærmere på de tette relasjonene mellom stat og det sivile samfunn. Tvedt sitt bidrag til forskningen omkring dette temaet har vært og er viktig for å se bistandsbransjen fra et utviklingsperspektiv.

David Held har i sin forskning på globale endringer innen politikk, økonomi og kultur forsøkt å utdype forståelsen omkring globaliseringsbegrepet. Held er av den oppfatning at globaliseringen som fenomen er på veg til å bli en klisje for vår tidsalder. Dette mener han er et resultat av at det ikke finnes noen presis og klar definisjon på hva globalisering er. Det er på mange måter snakk om globalisering som en ide. Held antyder i sin forskning at globalisering som ide og prinsipp stadig raskere blir formet innenfor de sosiale rammene i et samfunn. Man ser at

¹² Tvedt 2003: 306

¹³ Tvedt 2003: 307

den teknologiske og økonomiske påvirkningen som skjer på den ene siden av jorden, også kan få konsekvenser for personer på den andre siden. Slik ser vi at verden har blitt mindre. Konsekvensene av handlingene går ut over den lokale kontekst og påvirker globalt.¹⁴ Når Held skal gi en konklusjon av sin forskning på området omkring globalisering fremhever han at globalisering som sosialt fenomen forandrer seg i historiens utvikling og møter mellom mennesker. Derfor er det vanskelig å kunne beskrive globalisering, fordi vi også er en del av den. Men man kan se hvordan globaliseringen har satt sine merker opp i historien. Held redegjør for ulike perspektiver om hvordan globaliseringen er blitt. Jeg vil fremheve et av disse punktene, fordi denne forståelsen av globalisering finner vi tilbake til i teoristoffet til Edward Said som denne avhandlingen benytter. Held mener å kunne hevde at mye av globaliseringens historie har de samme røttene som man kan se i Vestens historie og fremvekst. Dette er sett ut ifra et historisk perspektiv. Man kan nå også se globaliseringen ut fra et ikke-vestlig perspektiv. Dette samsvarer til globaliserings ideen, hvor vi alle er koblet sammen i et globalt nettverk, som blir mindre etter hvert som teknologien ekspanderer.¹⁵

Fordi denne avhandlingen berører ulike fagfelt, har det vært vanskelig å avgjøre hva annen relevant forskning på området denne avhandlingen faller inn under. Men når en ser tematikkene som er blitt berørt i dette delkapittelet, kan man se hvordan temaene også her beveger seg, og samspiller med andre faggrupper for å belyse sine forskerspørsmål. I utvelgelsen av materialet til avhandlingen har jeg da ikke sett begrensinger i faggrupper, men valgt å se styrken i å la ulike teorier og perspektiver utfylle hverandre.

1.4 Materialet for avhandlingen

Utvalget av materialet denne avhandlingen bygger på er resultatet av materiell produsert og publisert i tidsperioden fra 14 juli og fire uker fremover. Ut i fra mengden tekst, lyd og bilde fra denne perioden må det gjøres et utvalg for hva som vil være relevant for forskningsspørsmålet. Hensikten med materialet er å belyse ulike perspektiver av forskningsspørsmålet. Den første delen av

¹⁴ Held et al. 1999

¹⁵ Held et al. 1999

materialet denne avhandlingen bygger på er kampanjematerialet som KN har gitt til rådighet, for allmenn bruk. I tillegg til egne nyhetspublikasjoner. Den andre delen av avhandlingen bygger på innhentet materiale fra nyhetsdatabaser og nyhetsarkiv. Dette materialet er omfattende og stort og belyser således en tematikk som går ut over forskningsspørsmålet. For å ytterligere begrense materialet i oppgavens andre del, gjør jeg en utvelgelse av det materialet som er mest relevant for dette forskningsspørsmålet. Materialet for denne avhandlingen har vært både tekst, lyd og bilde. Bruken av ulike medier er gjort for å vise helheten, også mangfoldet i KN sin kommunikasjon. Dette viser hvordan KN kontekstualiserer budskapet til ulike medieformater. Lyd og levende bildeopptak, er transkribert for enklere å gjøre en analyse på materialet.

1.5 Disposisjon over avhandlingen

I denne avhandlingen vil jeg i kapittel to kort redegjøre for de utfordringer som ligger bakenfor denne avhandlingens rammer. Jeg vil i korte trekk forsøke å gi et overblikk av Kirkens Nødhjelp som organisasjon og dets arbeid på Afrikas Horn. Jeg vil gi en oversikt over noen av utfordringene denne regionen står ovenfor. Til slutt vil jeg se hvordan den norske bistandspolitikken forholder seg til krisen.

I kapittel tre vil jeg gi en kort beskrivelse av metodene slik de er benyttet i denne oppgaven. Beveger vi oss videre til kapittel fire og teoridelen av oppgaven vil leseren bli presentert for ulike teorier og perspektiver som jeg nyttiggjør i oppgaven. Jeg har valgt å bruke ulike teorier og perspektiver for å belyse ulike deler av materialet. Dette valget har jeg gjort for i konklusjonen kunne trekke sammen ulike teorier og perspektiver for å forsøke og se et helhetlig bilde. Teoridelen bygger på forståelsen omkring kommunikasjonsteori, dramaturgiperspektiv, orientalismeforståelse og fundraising-perspektivet. På mange måter representerer disse teoriene og perspektivene samme formidlingsmåte, men har ulike angrepsvinkler på forskningsspørsmålet.

Kapittel fem er starten på analysen av materialet og representerer analysens første del. Jeg har valgt å gjøre et skille mellom kapittel fem og seks i hvilke type

materiale som jeg benytter i analysen. Kapittel fem vil ta for seg KN sin egenproduserte informasjon som jeg benytter, mens fra kapittel seks til kapittel åtte vil jeg se på mediernes tolkning og dekning av sultkatastrofen. Med dette mener jeg hvordan KN får formidlet appell og tilbakemelding via mediekanalene. I kapittel ni ønsker jeg å trekke sammen hoveddelene av analysen og se dette i sammenheng med den teori jeg har nyttiggjort meg av. Dette blir utgangspunktet for å se hvordan denne oppgaven har bidratt med noen perspektiver til forskningen.

2.0 Bakgrunn for oppgaven

For å forstå denne avhandlingen, vil jeg trekke frem deler av de historiske linjene man opererer med både i Kirkens Nødhjelp, men også de linjene som har preget Afrikas Horn regionen de siste tiårene. Jeg vil ikke gå i detalj på alle historiske begivenheter, men fokusere på hvordan KN som organisasjon forholder seg til situasjonen omkring deres mandat og hvordan de nyttiggjør seg av prinsippene rundt "fundraising" og kampanjevirkosomhet.

Afrikas Horn, som region har vært preget av ulike konflikter forut for sultkatastrofen i 2011. Jeg ønsker å skrive litt om noen utløsende årsaker til sultkatastrofen slik den skjedde, men ønsker ikke å gå i detalj omkring årsaker for hvordan regionen har kommet dit den er i dag.

2.1 Kirkens Nødhjelp

"Sammen for en rettferdig verden"¹⁶ Dette er visjonen Kirkens Nødhjelp støtter seg til sammen med samarbeidspartene i ACT-Alliance. I en global verden hvor urettferdighet og feilfordeling av godene nærmest er blitt normalt, ønsker KN å stå opp og vise retningen hvor vi sammen jobber for økt rettferdighet. KN har sitt mandat grunnfestet i det tverrkirkelige landskapet i Norge, og har som et av mange oppdrag og "fremme bærekraftig forvaltning av naturens ressurser og beskyttelse av det globale miljøet."¹⁷

KN er en diakonal organisasjon med røtter tilbake til andre verdenskrig, der humanitær hjelp til oppbygningen av Europa etter krigen var av prioritet. Fra den enkle begynnelse, vokste og ekspanderte KN både sitt nedslagsområde og også hvordan man organiserte bistand.¹⁸

KN ble tidlig inkorporert i den norske stats bistandsforståelse og fremstår i dag som en av de store aktørene innenfor humanitær bistand og nødhjelp. Måten den

¹⁶ Kirkens Nødhjelp prinsippdokument "*Sammen for en rettferdig verden*", 2008 lastet ned: 10.01.12 <http://www.kirkensnodhjelp.no/no/Om-Kirkens-Nodhjelp/Om-Kirkens-Nodhjelp/Prinsipper-og-strategi/>

¹⁷Prinsippdokument KN 2008:5

¹⁸ Tønnesen 2007

norske stat har organisert fordeling av bistandsmidler danner også grunnlaget for mesteparten av KN sitt inntektsgrunnlag. Samtidig med statlig støtte, er det viktig for KN, også å få økonomisk støtte fra folket. Slik blir KN som bistandsorganisasjon finansiert delvis gjennom private midler og gaver, samt tilskudd fra det offentlige.

2.1.1 Kirkens Nødhjelp som påvirkningsaktør mot individet og myndighetene

Staten som er en stor økonomisk bidragsyter i Kirkens Nødhjelp, kan ha vært med på å ha formet KN til det som organisasjon er i dag. Samspillet mellom organisasjon og det offentlige kan man også se at går begge veier. KN nyter stor respekt og troverdighet innenfor de myndighetsgivende kretser.

Som en del av det sivile samfunn i Norge vil Kirkens Nødhjelp fremme global rettferdighet ved å utfordre enkeltmennesker, institusjoner, bedrifter og offentlige myndigheter til å støtte arbeidet for politiske og økonomiske endringer som sikrer fattige og sårbare rettigheter.¹⁹

Sitatet ovenfor beskriver hvilke rolle KN ser for seg deres organisasjon skal ha i samfunnet, i møte med enkeltindivider og med myndigheter. KN sin posisjon som påvirker i samfunnet kan tolkes fra ulike perspektiv. Jeg ser på rollen KN har ut i fra deres oppdragsgivere og KNs relasjon til staten som den største økonomiske bidragsyteren til organisasjonens virksomhet.

2.1.2 Kirkens Nødhjelp i møte med sultkatastrofen på Afrikas Horn.

For Kirkens Nødhjelp var ikke sultkrisen på Afrikas Horn 2011 starten på et nytt nødhjelp og bistandsprosjekt. KN har drevet med bistandsarbeid i denne regionen i flere år. I Gedo provinsen i Somalia, som var et av de hardest rammede områdene under denne katastrofen har KN vært inne med arbeid siden 1991. Som en av få bistandsorganisasjoner har KN kunnet jobbe fritt i provinsen selv under ledelse av Al-Shabab²⁰ Gjennom samarbeid med lokale humanitære organisasjoner har KN bygd opp vannsystemer og gitt nødhjelp i områder der behovene har vært store. Man har boret etter vann i flyktningeleirer og

¹⁹ Prinsippdokument KN 2008

²⁰ Al-Shabaab *Harakat al-Shabaab Mujahideen* er en bevegelse for unge krigere og betegnes som en Somalisk militsgruppe. Lastet ned: 17. 02.12
http://www.nctc.gov/site/groups/al_shabaab.html

områdene rundt for å redusere belastningen på eksisterende brønner. I tillegg til dette har KN brukt tid og ressurser på å skape bevissthet omkring katastrofen mot stat og det sivile samfunn.

2.2 Situasjonen på Afrikas Horn.

Afrikas Horn er en region i Øst-Afrika som i 2011 ble rammet av en kraftig tørke. Hornet omfatter landene Somalia, Etiopia, Kenya, Djibouti og Eritrea. Tørken påvirket avlingene og matlagrene ble redusert. Etter hvert som sultkatastrofen utviklet seg ble krisen fort kategorisert som den verste sultkatastrofen på 60 år. Over 12 millioner mennesker ble definert som rammet av krisen på Afrikas Horn.²¹ Årsakene til denne katastrofen er mange og jeg kan ikke i denne avhandlingen gå i detalj, men det finnes noen faktorer som løftes frem av blant annet FN og statlige instanser.²² Jeg ønsker kort å redegjøre for noen av de ulike faktorene som ligger bak katastrofen slik vi ser den i dag.

2.2.1 Klima og naturfenomener

Afrikas Horn er blitt definert til å være blant de tørreste og den mest ugjestmilde regionen på jorden. Regnet faller kun to ganger i året, fordelt i to større regntider. Vannet som faller i disse to periodene danner grunnlaget for at avlinger skal gro. Slik kan man høste og lagre mat for tørkeperiodene som kommer. Når regntiden ikke kommer som normalt gror heller ikke avlingene opp og bærer frukt. Regnperioden som varer fra oktober til desember lot vente på seg, og resulterte i at allerede små matlagre ble tomme utover våren 2011. Avlingene som normalt sett skulle gitt arbeidere både lønn og mat ble mindre. Mennesker ble i mange tilfeller drevet mot de områdene hvor det var mulig å få mat. For mange mennesker var da flyktningleirene eneste mulighet for å overleve.

²¹ Kirkens Nødhjelp magasinet 04.2011

²² Utenriksdepartementet, *Spørsmål og svar omkring Sultkatastrofen på Afrikas Horn. Lastet ned: 13.03.2012* http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/tema/humanitart-arbeid/humanitarkriser/qanda_afrikas_horn.html?id=651857#lese

2.2.2 Politiske uroligheter og fremvekst av milits.

Sør i Somalia rammet tørken hardest. Dette er også et område med store politiske utfordringer. Militsgruppen Al-Shabab har overtatt myndigheten i området og regjerer ved bruk av militær milits taktikk. Landstrukturen i Somalia er bygd opp rundt ulike stammer og klaner. Noen av disse klanene var med på å velte det tidligere regimet i landet, ledet av Muhammad Siad Barre²³. Fra 1991 og fremover har så mange som tolv ulike klaner ledet Somalia eller deler av Somalia.²⁴ Fallet av det tidligere regimet gjorde behovet for en midlertidig regjering viktig, men denne sentral-styrte regjeringen har i ulik grad hatt gjennomslagskraft. Grunnen for at den sentral-styrte regjeringen er blitt svak er tolket ut ifra militsgrupperinger og klaners ønske om å styre i deler av landet hvor regjeringen har lite eller ingen appell. Dette førte landet ut i en borgerkrig som nå har vart over flere tiår og som gjør leveforholdene i landet vanskelig.

2.2.3 Bistandsorganisasjoners begrensede adgang til kriseområdene.

Adgang for bistandsorganisasjoner til Somalia er forstått i samspill med den somaliske stats utenrikspolitikk og må sees i sammenheng med det tidligere regime til Barre som falt i 1991. Etter regimes fall har landet havnet i en situasjon av unntakstilstand. Dette har gjort det vanskeligere for bistandsorganisasjoner å operere i landet. Under ulike milits-grupperinger har også organisasjoner vært pålagt skatter og avgifter for å få lov til og hjelpe med bistand i regionen.

Økonomiske restriksjoner er ikke bare grunnlagt fra Somalisk side. Amerikanske myndigheter besluttet, 26 februar 2008, at Al-Shabab er å regne som en terroristgruppe. Dette ble lovfestet i loven, "*Section 219 of the Immigration and National Act.*"²⁵ Ved å kategorisere somaliske politiske grupperinger innunder terrorist begrepet førte også med seg konsekvenser, både for det somaliske folk og for en del av aktørene som hadde arbeid i Somalia herunder også amerikanske bistandsorganisasjoner. "The consequences of these designations

²³ Somalisk offiser og politiker. Han grep makten ved militærkupp i 1969. Han flyktet til Nigeria under borgerkrigen og døde i eksil i 1995

²⁴ Kohn 2007

²⁵ Office of the Coordination for Counterterrorism- 18.03.2008- Lastet ned 03.02.12
<http://www.state.gov/g/ct/rls/other/des/143205.htm>

include a prohibition against the provision of material support or resources to Al-Shabaab.”²⁶

All amerikansk nødhjelp ble stoppet, eller sterkt redusert i områder hvor Al-Shabab satt som myndighetsgivende instans. Dette hindret at viktig nødhjelp og bistand fikk adgang til de tørkerammede områdene. Den politiske konflikten overskygget de faktiske behovene for hjelp i de tørkerammede områdene. Det kan ha vært en av flere årsaker til at krisen rammet så hardt som den gjorde.

2.2.4 Norsk Bistandspolitikk i til krisen

Norsk bistandspolitikk er strukturert på en annen måte enn hva vi finner i Amerika, eksemplifisert i lovgivningen ovenfor. Den norske stat, valgte å se forbi det politiske bildet og fokuserte bistanden mot de humanitære behovene som var i regionen. Ved å fordele bistandsmidler til humanitære organisasjoner som hadde eksisterende arbeid i regionen, fikk de distribuert ut viktig nødhjelp til de gruppene som hadde behov for mat og nødrasjoner. Uten bistandsorganisasjoner som kjenner til de utfordringer som befinner seg i regionen til enhver tid, ville det ikke vært mulig å vedlikeholde og møte behovene som var i denne sultkatastrofen. Lokale bistandsorganisasjoner gjorde at hjelpen ble fordelt til de stedene hvor det var behovene var størst.

²⁶ Office of the Coordination for Counterterrorism- 18.03.2008- Lastet ned 03.02.12
<http://www.state.gov/g/ct/rls/other/des/143205.htm>

3.0 Metode

Det finnes ulike måter å tilegne seg kunnskap på. Hvilke metoder man benytter seg av gir utslag i de resultatene man kan konkludere i, ut i fra materialet. I denne oppgaven vil jeg først gi omrisset omkring metodebruk, og viktigheten av den. Jeg vil skjelne mellom kvalitativ og kvantitativ metode. Denne oppgaven benytter seg av det kvalitative perspektivet i forståelsen av materialet og jeg vil derfor legge mer vekt på det kvalitative i relasjon til denne oppgaven. Ut i fra denne oppgavens erfaringer med bruken av kvalitative metode vil jeg trekke frem styrker og svakheter ved kvalitativ forskning. Det vil være relatert til denne oppgaven og til forskning generelt. Jeg ønsker også å gjøre noen refleksjoner omkring forskerrollen og, dets samspill med kvalitativ forskning. Forskerens egen rolle i å forstå og analysere materialet i samsvar med oppgavens intensjon.

3.1 Hvorfor metode

Hensikten med å bruke metode er å skape en forståelse for hvordan kunnskap blir til. Denne oppgaven ser på materialet ut i fra et kvalitativt perspektiv og ser etter meningene tekstene gir. Kvalitativ metode benyttes i stor grad når det ikke er talldata som skal måles, men når man ønsker å undersøke meninger. En kvalitativ metode er ofte i en posisjon der en ønsker å se verden gjennom øynene til deltagerne.²⁷ Når kvalitativ metode har et slikt perspektiv, ønsker jeg med denne avhandlingen å formidle en bedre forståelse for hvordan bistandsorganisasjoner kommuniserer til sine mottagere. Dette sammenfaller også med metodens hensikt, som tar sikte på å formidle forståelse.²⁸

3.2 Hermeneutikk- å forstå hverandre.

For å kunne tolke det vi ser, er vi også nødt til å forstå hverandre. Mennesket er mer enn et fysisk vesen. Forståelsen av mennesket i tid og rom er en naturvitenskapelig forståelse. Hermeneutikken omhandler kunnskapen om hvordan vi forstår oss selv og forstår andre. Hovedmålet for hermeneutikken er å

²⁷ Bryman 2008: 398

²⁸ Dalland 2007

la oss få en dypere forståelse, slik at vi kan se klart, det som før var uklart.²⁹ Hermeneutikken har som mål å være bærer av en god kommunikasjon mellom sender og mottaker. Det hermeneutiske perspektivet er overordnet i denne oppgaven. Hensikten er at vi skal oppnå litt klarere og dypere innsikt om andre menneskers liv. Det hermeneutiske perspektivet reflekteres i all kommunikasjon hvor målet er å forstå mennesker. At det ikke finnes noe konkret startpunkt eller sluttpunkt for vår forståelse. Den hermeneutiske spiral brukes som en indikator for noe som er evigvarende og som vil fortsette og ekspandere etter hvert som vår kunnskap blir større.³⁰

3.3 Svakheter ved bruk av kvalitativ metode sett i lys av oppgaven

I denne avhandlingen er utgangspunktet for hvordan man forstår det kvalitative perspektivet avhengig av å forsøke og forstå verden gjennom deltagerens øyne. Avhandlingens svakhet er muligheten for etterprøvbarehet og målbarhet. Når en fokuserer oppgaven mot en tolkningstradisjon slik den fremstår hermeneutisk, kan det være med å prege oppgaven og gjøre den mindre transparent. Likevel oppnår avhandlingen sin hensikt ved at den presenterer en mulig tolkning av de innsamlede data, under de forutsetninger som ligger til grunn for denne oppgaven. Det bør i kvalitative oppgaver gis større rom for ulike tolkninger. Dermed må også avhandlingen og analysen sees i lys av forskerens rolle og relasjon til tematikken. Forskningsresultater i kvalitativ forskning vil i stor grad være preget av tolkninger, som kan se ut som svakheter sett i sammenligning med tallfestede kvantitative forskningsresultater. Under normale settinger vil det være en svakhet i kvalitativ forskning at resultatene av denne avhandlingen kun vil være av interesse for et fåtall av befolkningen. Men sett ut i fra et større perspektiv, kan interessen av et fåtall være nok til å sette i gang endringsprosesser i bistandsorganisasjonene. Da kan det som her kategoriseres som en svakhet ved kvalitativ forskning, bli en styrke for det endelige resultat innenfor dette fagområdet.

²⁹ Gilje og Grimen 1993: 156

³⁰ Dalland 2007

3.3.1 Troverdighet i kvalitativ forskning.

For å skape troverdighet i forskningen må man legge forholdene til rette for at andre skal kunne teste materialet og kunne trekke den samme konklusjonen. Dette vil i mange henseender være vanskelig hvis det er gjort intervjuer på spesifikke steder eller lignende. I denne avhandlingen støtter jeg meg på et materiale som vil være tilgjengelig for alle lesere. Fordi oppgaven bygger på kvalitativ dokumentanalyse som kildebase for materialet, er også oppgaven transparent i oppbygningen og mulig å reprodusere. Muligheten for å reprodusere oppgavens tolkninger er med på å bygge opp under oppgavens troverdighet.

3.3.2 Hvordan gjøre pålitelig forskning.

Pålitelig forskning handler om åpenhet. Åpenhet omkring tematikkens utfordringer i innsamling av data og i tolkningen av dataene. Åpenhet kan i denne sammenheng sidestilles med erkjennelse. Erkjennelse om egen utilstrekkelighet og om egen ufullkommenhet. Når man erkjenner at det kan være feil i forståelsen av dataene og i innsamlingen av dem, er man også åpen omkring de svakheter som finnes i oppgaven. Åpenheten er *en* side som kan gjøre forskningen pålitelig. Den andre siden vil være møysommelig arbeid. I transkripsjoner vil man jobbe for å redusere mulighetene for feil. Slik sett vil dataene være pålitelige, og analysen vil ha et sikrere grunnlag, enn hvis man ikke arbeider nøye med innsamlingen og bearbeidelsen av dataene.

3.4 Innsamling av data

I innsamlingsprosessen av materialet til denne avhandlingen forsøkte jeg å gå bredt ut og gjøre nytte av ulike metoder for å samle inn materialet. Metoder som ble brukt, men som så har falt fra er bruk av observasjon og intervju. Observasjon som metode vil kunne fungere godt i en studie av mennesker over tid. Men ved korte innblikk i organisasjonen ble det for lite dokumentert til at det som materiale kunne stå for seg selv annet enn å være antagelser. Intervju som metode fungerer godt for å få svar gjennom samtaler. Intervjumetoden kan gi

deg som forsker utdypende svar og du får mulighet til å kunne grave dypere, for å vite mer.

I denne avhandlingens tilfellet var mitt første intervju slik at man følte at man gravde og fikk svar. Når jeg så kom til en transkripsjonsprosessen og får ordene skrevet ned på papir, ser man fortore at det jeg har hørt i intervjuet allerede er formet skriftlig i KN sitt prinsipp og strategidokument.³¹ Denne observasjonen av dokumentmaterialet versus intervju, gjør at denne oppgaven endret materialgrunnlag fra og inkludere intervjuer og observasjon, til å støtte seg til eksisterende dokumenter og dokumentanalyse. Dokumentanalysen baserer seg på allerede eksisterende materiale som jeg som forsker mener er av relevans for den videre analysen. Det å få tilgang på dokumenter fra innsiden av organisasjonen kan være vanskeligere en hva man først antar. Jeg kommer til å skrive mer om dette i neste delkapittel hvor utfordringer spesifikt for denne oppgaven kommer frem.

3.5 Hvordan fikk jeg adgang til organisasjonen og til materialet.

Å få tilgang til materialet er det viktigste for enhver forsker. I det man får adgang til materialet når du jobber mot en organisasjon som Kirkens Nødhjelp, har du også blitt vist tillitt til å forvalte den informasjonen som du får tilgang til. Et naturlig spørsmål en må stille seg i en slik sammenheng er hvordan man som forsker skal forholde seg til organisasjonen. Hvor åpen man skal være omkring egne refleksjoner og analyser. I denne avhandlingen var det viktig å etablere et kontaktpunkt på innsiden av organisasjonen for så å kunne ha noen å spille lag med hvis det skulle bli vanskelig å finne informasjon.

Utgangspunktet for avhandlingen var Afrikas Horn kampanjen og hvordan man formidlet appell og tilbakemelding til det norske folk. KN er en av mange organisasjoner som jobber med samme målsetting. Tematikken som en ser i denne avhandlingen, antas og ha gyldighet også i andre større kriser hvor det

³¹ Prinsippdokument for Kirkens Nødhjelp, lastet ned: 10.01.12
<http://www.kirkensnodhjelp.no/no/Om-Kirkens-Nodhjelp/Om-Kirkens-Nodhjelp/Prinsipper-og-strategi/>

rettes en agenda mot individer med et ønske om og nå frem med sin appell og sin tilbakemelding. Med utgangspunkt i forskningsspørsmålets tematikk forsøkte jeg å finne organisasjoner som er godt rotfestet i det norske folk og i det norske samfunn. I utvelgelsesprosessen var nærheten til samfunnet det viktigste for valget av KN som den organisasjonen jeg ville forske på. Selv om jeg har funnet ut hvilke organisasjon jeg ønsket å følge, var dette bare starten på å komme i kontakt med organisasjonen.

3.5.1 Etablere kontakt

Å gå fra et ønske om og skrive om en organisasjon, til det å faktisk gjøre det, var et større sprang enn hva jeg trodde det skulle bli. For å klare og etablere kontakt måtte jeg benytte kontaktpersoner som arbeidet eller hadde andre kontaktpersoner på innsiden. Henvendelse per epost virket tilnærmet umulig for å få kontakt. Da havner man i en eller annen samlepostkasse. Dette krever at de språklige formuleringene i eposten både må inspirere og skape engasjement for å komme gjennom nåløyet for å bli lest. Denne avhandlingen ville sannsynligvis falt i en ulest epostbunke, om jeg ikke gikk veien via Atle Sommerfeldt, på daværende tidspunkt generalsekretær i Kirkens Nødhjelp, nå biskop i Borg bispedømme. Via kontaktpersonen på innsiden er mye av starten gjort. Det som gjensto var å orientere seg til de rette personene og de personene som ville være relevante for denne avhandlingens problemstilling. Det er på dette tidspunktet jeg forstår hvor stor og kompleks KN som organisasjon er. Utfordringen for denne oppgaven var å finne ut hvilke ulike metoder jeg kunne bruke for å nå frem med mitt budskap. Første forsøk var å oppnå fysisk kontakt, men da det gav liten respons startet jeg med å sende epost til et utvalg av personene i KN. Hensikten med å sende disse epostene var å hele tiden holde personer i KN informert omkring min progresjon med avhandlingen. Samt å vise at jeg ikke ønsker å slutte å sende mail før noen svarer. Denne metoden for å etablere kontakt kan fort bli for pågående og jeg kan bli offer for avvisning og likegyldighet. Den største risikoen for meg var å miste en eventuell adgang til organisasjonen. Men når en er tidlig i fasen med å etablere en kontakt for å skaffe tilveie materialet, var dette en risiko jeg som forsker måtte ta. Denne litt pågående tonen gav resultater i form av tilbakemelding fra organisasjonen om en

tosidig interesse av å se hvordan KN kommuniserer sin appell og tilbakemelding til sine givere.

3.5.2 Tidsaspektet i innsamling av materialet

Ting tar lengre tid enn hva man tror. Uker uten noen form for respons krever at en må tenke i nye baner og finne nye kreative løsninger på hvor man kan finne materiale i tiden man venter på svar fra organisasjonen. Den 30 november 2011 fikk jeg det første fysiske møte med Kirkens Nødhjelp som organisasjon. Det var på dette tidspunktet jeg fikk etablert riktig kontaktpunkt innen organisasjonen og da også fikk tilgang på en del av det materialet som KN besitter. Sett i etterkant og i lys av det endelige materialet kunne mye av denne perioden vært eliminert hvis jeg hadde hatt bedre kunnskap om hvor jeg kunne hente informasjon og materiale fra.

3.5.3 Etablert tilgang til materialet, krever et utvalg av materiale

Når materialet er blitt innsamlet starter jobben med å selektere ut det materialet som er av interesse for avhandlingens problemstilling. Veien frem mot det materialet denne avhandlingen bygger på, startet i møtet med Kirkens Nødhjelp på den ene siden og sultkatastrofens mediedekning på den andre siden. Når media fremheves, ønsker jeg å se hvordan media redaksjonelt bruker informasjon fra bistandsorganisasjoner, og hvordan mediene formidler organisasjoners appell og tilbakemelding. Mediene kan forstås som formidlere av en allerede eksisterende informasjon. Mediene kanalisere og kontekstualiserer informasjonen fra bistandsorganisasjonene som vi siden vi ser og tolker. Mengden materiale en får tilgang til i denne sammenhengen er stor. Dette gjør at en igjen må gjøre begrensinger. Informasjonen som var tilgjengelig fra KN avgrensnes naturlig til kampanjematerialet som omhandler Afrikas Horn katastrofen. I tillegg valgte jeg å ta med en utgave av Kirkens Nødhjelps magasinet, som har Afrikas Horn som tema. Dette utfyller kampanjematerialet, med artikler og bilder, og danner et mer helhetlig bilde av KN sitt engasjement rundt denne katastrofen. Medienes vinkling krever først en avgrensning i tid. Denne tidsavgrensningen samsvarer i stor grad med den kampanjeperioden som KN har lagt for denne aksjonen, med varighet på cirka fire uker fra 14 juli.

Materialet som kommer ut av denne avgrensingen blir så benyttet i oppgaven etter hva som i stor grad har relevans for avhandlingens forskningsspørsmål. Ettersom Norge ble rammet av et terrorangrep i perioden vil dette også påvirke mediebildet delvis i perioden etter 22 juli. Når en ser kampanjen under et vil terrorhandlingen være et av de naturlige skillene i perioden, videre vil artikler hvor KN sin appell og tilbakemelding kommer til syne vil være av større interesse, enn artikler som omtaler temaet i mer generelle termer.

4.0 Teori

Avhandlingens teorikapittel vil fremstille flere ulike teorier og perspektiver. De ulike teoriene representerer ulike tolkningsperspektiv og er ikke ment til å settes opp mot hverandre, men er ment til å supplere og utfylle hverandre. Når jeg kommer til analysedelen av oppgaven vil jeg spesifisere hvilke teorier jeg støtter meg til for å organisere ulike deler av analysen. De ulike teoriene er hentet fra kommunikasjonslære, dramaturgi, orientalisme, og markedsføring, men bygger også opp omkring hverandre. Fundamentet for denne avhandlingen er kommunikasjonsteorien. Ut av dette ser vi på kommunikasjon i massemediene. Under kommunikasjonsdelen av teorikapittelet har jeg også valgt å trekke inn forståelsen rundt bilde, som et element i forståelsen av kommunikasjon. Dramaturgiperspektivet er benyttet i avhandlingen for som virkemiddel for å se hvordan man bevisst kommuniserer budskapet på. Samspillet mellom kommunikasjon og økonomi er i denne avhandlingen kategorisert under innsamlingsteori og fundraising. I tillegg til dette ønsker jeg å se på de overordnede perspektivene med orientalisme. Disse ulike teoriene og perspektivene har jeg bevisst valgt å fremstille som enkeltstående selvstendige teorier og perspektiver. En vil kunne se likheter mellom de ulike teoriene og perspektivene. For denne avhandlingen har hensikten med å nyttiggjøre seg av ulike teorier og perspektiver vært å se forskningsspørsmålet i lys innfallsvinkler. Disse innfallsvinklene vil danne forståelsen at man kan bruke flere teorier for belyse et tema.

4.1 Kommunikasjonsteori

I dette delkapittelet skal vi se hvordan kommunikasjonsteorien fungerer, knyttet opp til massemedier og tolkningen av bilder. Til dette kapittelet vil jeg nyttiggjøre meg av litteratur fra John Fiske, Berit Von Der Lippe og Susan Sontag.

Kommunikasjon handler om hva vi ser, hører, skriver og gjør. Det er menneskelig interaksjon i alle sansekanaler. Utgangspunktet for å forstå kommunikasjon kan være vid, med ulike innfallsvinkler. Jeg har valgt å ta utgangspunkt i den lineære

forståelsen av en kommunikasjonsprosess formulert av Shannon og Weaver.³² Denne modellen er senere blitt benyttet, tolket og tilpasset ulike til kontekster av forskjellige forskere. Derfor velger jeg å fokusere den grunnleggende kommunikasjonsteorien i samsvar med John Fiske, og hans "Introduksjon til Kommunikasjonsteorier."³³ Teorier er under stadig utvikling, kommunikasjonsmodeller er intet unntak. I en slik tradisjon er det viktig å se at det er utvikling og en tilpasning av den opprinnelige modellen til en mer detaljert og konkretiserende kommunikasjonsmodell. Shannon og Weaver la på mange måter grunnlaget for ulike fortolkninger og forbedringer av modellen slik som blant annet Jakobson sin modell.³⁴

Den lineære og matematiske kommunikasjonsmodell som er laget av Shannon og Weaver i 1949 har kategorisert og presentert kommunikasjonsprosessen i tre enkle begrep.³⁵ Sender, budskap, mottaker. Denne måten å fremstille kommunikasjonsteorien på visualiserer enhver kommunikasjon mellom mennesker, både fysisk tilstedeværelse og gjennom ulike kanaler som eksempelvis telefon, medier eller brev. Svakheten med denne fremstillingen av teorien er at det ikke er lagt inn muligheter for ulike tolkninger av budskapet. Det kan forkomme støy eller andre hindringer som gjør det vanskelig å være mottager i denne kommunikasjonsprosessen. Shannon og Weavers kommunikasjonsteori i dets opprinnelige form tar den ikke opp i seg de eventuelle feilkilder som kan komme i en slik prosess. Det viser seg mer synlig i en kommunikasjonsprosess hvor man ikke er i direkte interaksjon med mottageren. For å definere en kommunikasjonsprosess som god, bør budskapet tolket hos mottagere være likt budskapets intensjon fra senderen. For å kunne forsvare en god kommunikasjon krever det at begge parter kjenner til tolkningsnøkkelen som benyttes i kommunikasjonen.

³² Shannon, Weaver 1949

³³ Fiske 1990

³⁴ Jakobson 1960 og 1979

³⁵ Shannon, Weaver 1949

4.2 Språk og bilder i massemediene

I dette delkapittelet ønsker jeg å trekke frem språk og bilder i massemediene. Det bygger videre på den generelle kommunikasjonsmodellen og teorien beskrevet i forrige delkapittel. Språket som del av kommunikasjonsprosessen og forståelsen av bilder vil i dette kapittelet være det gjennomgående temaet. Ut fra dette perspektivet vil jeg også utvide kommunikasjonsteorien til Shannon og Weaver, med en mer detaljert kommunikasjonsteori. For denne oppgaven har jeg da valgt å utvide teorien med flere begrep som jobber mot en større tolkningsforståelse av kommunikasjonsformidlingen. Til denne utbyggingen og konkretiseringen benytter jeg kommunikasjonsteorien til Roman Jakobson.

4.2.1 En Språklig kommunikasjons modell

Roman Jakobson³⁶ representerer en linje teoretikere, som forsøker å sette språktegnene inn i en kommunikasjons sammenheng med utgangspunkt i den tidligere nevnte lineære kommunikasjonsmodellen: sender- budskap – mottagere.³⁷ Denne teorien mener Jakobson gir en enkel forståelse av kommunikasjon, men at den således må spesifiseres og konkretiseres. Denne utdypelsen av den lineære kommunikasjonsteorien bygges ut av ytterligere tre faktorer. *Kontekst, kontakt og kode.*

Budskapet henviser til noe annet enn seg selv, til en kontekst. Med kontekst menes her det ordet man henviser til, tingen, fenomenet eller hendelsen. For det andre forutsetter kommunikasjonen en eller annen form for kontakt, dvs. En fysisk kanal og en psykologisk forbindelse mellom avsender og mottager. Den tredje og siste faktoren er kode, eller det betydningssystemet som budskapet er utformet i.³⁸

Det man ser i Jakobsens kommunikasjonsmodell³⁹ er hvordan modellen bygger på avhengigheten av de enkelte delene i kommunikasjonen. Hvilke kontekst man setter kommunikasjonen inn i, reflekteres også i hvordan man oppretter kontakt eller hvordan man koder budskapet slik at det blir forståelig for alle involverte

³⁶ Roman Jakobson en russisk lingvist, kjent for sin språklige kommunikasjonsmodell og er Prague-skolens fremste representant.

³⁷ Von der Lippe 2003

³⁸ Von der Lippe 2003:185

³⁹ Jakobson 1960 og 1979

parter i kommunikasjonen. Kritikken mot denne teorien er at en språklig kommunikasjonsmodell fungerer dårlig for skriftlig kommunikasjon, men det faktum at modellen også benyttes i skriftlige kommunikasjonsprosesser motbeviser denne påstand.⁴⁰ "Kommunikasjonen foregår ikke i et vakuum men i en gitt kontekst i tid og rom."⁴¹

Erkjennelsen må være at det ikke finnes en ren form for kommunikasjonsprosess, men at vi er alle gjenstand for tilpasning til ulike kontekster og at vår kommunikasjon forsøkes tilpasset best mulig til miljøet i gitte sammenhenger kan mistolkes. For å kunne tolke og forstå en kommunikasjonsprosess er det være en forutsetning at både avsender og mottager kjenner til konteksten budskapet er kontekstualisert inn i. Fordi kommunikasjon skjer og tolkes innenfor tid og rom, vil budskapet som blir gitt også være tilpasset til konteksten. Når individet tolker kommunikasjonen utenfor dets opprinnelige rammer vil muligheten for mistolkning øke. At individet tilpasser kommunikasjonen til tid og rom anses i dag som en naturlig del av språklig kommunikasjon. Fordi individets rom til tolkning har fått større betydning, er det også derfor blitt viktigere for avsenderen og formidle enda tydeligere slik at rommet for mistolkning reduseres.

4.2.2 Kommunikasjon inndelt i ulike funksjoner.

Jakobsens metode for å forstå en kommunikasjonsprosess er å erkjenne og forstå de ulike delene av en kommunikasjon, slik dem er nevnt ovenfor. Slik sett danner Jakobsens modell grunnlaget for hvordan vi skal tolke ulike tekster. Vi kan tolke ved å se etter det dominerende perspektivet i de gitte tekstene ut i fra kommunikasjonsmodellens prinsipper. Ved å se hvor fokuset i budskapet formidles i kommunikasjonsprosessen har Jakobsen benyttet seg av noen begrep og funksjoner for å hjelpe til å tolke og forstå tekster. Han har delt inn sin forståelse av tekster i seks ulike funksjoner avhengig av hvem som har fokus i kommunikasjonen. Han bemerker også at en kommunikasjon kan bestå av flere funksjoner samtidig og at det ikke er en som skiller seg ut som mer brukt enn

⁴⁰ Missouri University of Science and Technology Database Lastet ned: 15.04.12

⁴¹ Von der Lippe 2003:186

andre. Den første funksjonen er den informative,⁴² som gir et fokus på det som skal beskrives. Fokuset settes på konteksten som budskapet står i og kan fremstå som en ren informativ budskapsformidling. Den emotive⁴³ funksjonen omtaler Jakobsen som avsenderens følelser for budskapet, og at fokuset i kommunikasjonen i all hovedsak vil ligge på avsenderen. Den neste funksjonen er den konative⁴⁴ og vil være den som kanskje er mest representert i denne avhandlingen. Den konative funksjonen har til hensikt å overbevise eller overtale mottageren. Denne form for kommunikasjon ønsker å styre mottagerne mot bestemte meninger.⁴⁵ Denne typen kommunikasjon ser på individet som konsumenter, tegner et strategisk bilde hvor man skal velge livstil og forbruksmønster.⁴⁶ Det kan være mulig å se på denne typen kommunikasjon som en del av en veiledningskommunikasjon. En slik form for kommunikasjon bærer også med seg makt, og maktpåvirkning. Løgstrup⁴⁷ har formulert kommunikasjonen i møte med andre slik;

Den enkelte har aldri med et annet menneske å gjøre, uten at han holder noe av dets liv i sin hånd. Det kan være meget lite, en forbigående 'stemning, en opplagthet man får til å visne, eller som man vekker, en lede som man utdyper eller hever.⁴⁸

Sammenhengen mellom hva Løgstrup skriver og det Jacobson skriver er to perspektiver av det samme budskap, hvorpå Jakobson fremhever det konative fenomenet som drivkraften bak å lede kommunikasjonen i en bestemt retning. Har Løgstrup en etisk innfallsvinkel som ser at interaksjoner mellom mennesker, berører sentrale, dypgående mønstre i menneskers liv. Denne makten som befinner seg i menneskers hender i Løgstrups beskrivelse, kan kanskje også sees i sammenheng med Jakobsens veiledningskommunikasjon som ønsker å lede oss som mottagere eller forbrukere mot et bestemt sted.

⁴² Informativ defineres som *opplysende, belærende*.

⁴³ Emotiv defineres som *følelsesmessig*.

⁴⁴ Konativ defineres med *viljemessige årsaker til handling*.

⁴⁵ Von der Lippe 2003:186

⁴⁶ Von der Lippe 2003:186

⁴⁷ Knut Eilert Løgstrup, var en dansk teolog og filosof. Han er å regne som en av de store tenkerne i en Skandinavisk kontekst det siste århundre.

⁴⁸ Løgstrup 1999:37

Den fatiske⁴⁹ funksjonen belyser en kommunikasjonsprosess som involverer både sender og mottager. Det er funksjonens hensikt at alle skal ha fokus på den kontakten som er via de ulike delene av en kommunikasjon.⁵⁰ Å bygge opp et forhold mellom sender og mottager er viktig for å forstå denne funksjonen. Men det er også viktig å forstå at denne funksjonen ikke nødvendigvis står alene, men at den også er en viktig del av kommunikasjonen der hvor den konative funksjonen er sterkt representert.

Den poetiske⁵¹ eller estetiske funksjonen ser man mindre av i rene nyhetskommunikasjoner, men ved bruk av slagord i reklame er den poetiske funksjonen i kommunikasjon en viktig funksjon som man kan forsøke å benytte seg av. Når det kommer til den siste funksjonen i Jakobsons teori så er det den metaspråklige⁵² funksjonen. Denne funksjonen har som formål å løse opp eventuelle misforståelser som har kommet frem i kommunikasjonsprosessen. I det daglige liv, handler den metaspråklige funksjonen om å få sender og mottaker på samme bølgelengde, slik at man kan forstå og snakke samme språk.

53

4.2.3 Oppsummering

Jakobsons teori benytter seg av Shannon og Weavers lineære kommunikasjonsmodell som grunnprinsipp i sin forståelse av kommunikasjonen. Videre ser Jakobson at Shannon og Weavers kommunikasjonsmodell ikke er konkretisert nok og kan derfor heller ikke forstås fullt ut. Jakobson begynner å utbrodere den eksisterende teori, med tre ekstra funksjoner. Disse funksjonene danner Jakobsens funksjonsforståelse, som gir oss lesere en forståelse om hvordan vi skal tolke tekster. Det er forståelsen omkring de ulike funksjonene, og da særlig den konative og fatiske jeg bruker videre i avhandlingens analyse. Den metaspråklige funksjonen vil i denne oppgavens kommunikasjon så vel som i analysen være den delen av oppgaven

⁴⁹ Fatisk defineres med *å få eller opprettholde en kontakt*.

⁵⁰ Von der Lippe 2003:187

⁵¹ poetisk/estetisk defineres med *å ha fokus på tekstens innhold*.

⁵² Metaspråklig defineres med *en forståelse av språket*.

⁵³ Von der Lippe 2003:187

bekrefter at kommunikasjonen har oppnådd sin funksjon. Dermed fungerer den metaspråklige funksjonen som et korrekturlement i forståelsen og anvendelsen av materialet i oppgaven.

4.3 Dramaturgiforståelse som analyseverktøy

Dramaturgi forståelsen som jeg velger å bygge deler av denne avhandlingen på, er hentet fra en forståelse mer kjent i teateret enn hva det er i mediebildet. Likevel ønsker jeg å benytte forståelsen av dramaturgien for å kunne se og forstå utviklingen av sultkatastrofen og hvordan man kommuniserer appell og tilbakemelding. Jeg har valgt i denne teoridelen å støtte meg til noe av den litteraturen som er skrevet av Michael Chemers, som en introduksjon til dramaturgi. Han har sin erfaring og bakgrunn som grunnlegger og ledende instruktør i produksjons dramaturgi ved Carnegie Mellon University's School of Drama.⁵⁴

Chemers sin introduksjonsbok til dramaturgi omfatter således et bredere kunnskapsspekter enn hva jeg har valgt å nyttiggjøre i denne avhandlingen. Hans introduksjon av dramaturgien bygger på en analysemodell delt inn i tolv punkter, hvor jeg ser på utvalgte deler av modellen. Slik sett kunne en analyse gjort med utgangspunkt i flere av disse punktene gitt en mer utfyllende og en dypere forståelse av konseptet rundt dramaturgi i oppbygning og struktur. Dette ville da reflekteres i hvordan man analyserer materialet. Jeg vil gjøre rede for disse tolv stegene for analyse av dramaturgien, men vil se nærmere på det niende steget i prosessen. Deler av analysen vil benytte aspekter i Chemers teori i forståelsen omkring steg en i dramaturgimodellen. Dette er utgangspunktet for den videre analysen senere i avhandlingen

4.3.1 Tolv steg i en manusanalyse

De hjelpemidler som blir fremsatt i disse tolv stegene, skal være med på å utruste fremtidige skuespillere i møte med ulike dramaturgiske oppsetninger, men spørsmålene er også med på å forme meningsinnholdet i teaterstykkene. Disse

⁵⁴ Chemers 2010

stegene er da med på å forme tematikken i stykkets deler. Spørsmålet; "Hva handler stykket om?", er grunnleggende i forståelsen for hvordan vi skal gjennomføre stykket. Første steg i dramaturgimodellen er en erkjennelse av sin egen ufullkommenhet i muligheten til å formidle alt, alltid. Når man så har erkjent sine mangler må man ikke hvile i denne forståelsen. Man må forsøke å forstå hva det er forfatteren som har skrevet budskapet ønsker å formidle. Først når vi forstår det kan vi jobbe med stykkene i vår egen kontekst.⁵⁵ Ved å stille spørsmål i starten av en formidlingsprosess forsøker man å kontekstualisere budskapet i tid og rom. Dette gjør man for å kunne formidle budskapet riktig i forhold til avsenderen som er forfatteren, men også i forhold til mottageren som er publikum. I denne sammenheng er det en teknikk om hvordan man formidler til et publikum. Utfordringen for formidleren er å øve og innarbeide teknikken så godt at man skaper illusjonen av at det ikke er noe teknikk i det hele tatt.⁵⁶

En viktig forståelse av dette perspektivet, å forstå at manuset ikke er den endelige formidlingen av budskapet. Det er gjennomføringen og selve fremføringen som reflekterer forfatterens tanker. Det er den endelige fortolkningen av materialet. Manuset blir i denne sammenheng ikke sett på som et litterært kunstverk. Manuset er arbeidstegningene for hvordan man konstruerer og former et plott. Plottet skal så være med på å forme eller forandre menneskers tanke. Det er forsøket på å gjøre formidlingen konativ som vil være kunsten i denne sammenheng.

Steg tre til steg åtte tar for seg utfordringer i selve tekstopppbygningen og karakteroppbygging. Jeg velger å ikke beskrive hvordan personkarakteristikker blir bygget opp, men ser at et skuespill er bygd opp av enkeltkarakterer. Derfor er det en større del i dramaet enn det er for denne avhandlingen. Steg tre omhandler handling i den form at all menneskelig interaksjon til en viss grad er handling.⁵⁷ Denne handlingen fremgår da i selve fremførelsen av manuset og ikke manuset i seg selv. Manuset gir retningslinjer for hvordan handlingen skal foregå. Det åttende steget tar for seg problematikken som følger konflikter.

⁵⁵ Chemers 2010:71

⁵⁶ Chemers 2010:71

⁵⁷ Chemers 2010:73

Dette er for teaterstykkene en del av den dramaturgiske oppbygningen. Dette kan brukes for å karakterisere hvordan man former historiene. I denne avhandlingens perspektiv kan man kanskje si at den sosiale konflikt som tar for seg de sosiale institusjonene, familien eller politisk identitet vil være av interesse. Dette perspektivet kan kanskje sidestilles med den naturalistiske konflikt som viser hvordan menneskelige samfunn tilpasser seg tilstander i naturen, som for eksempel, klimaendringer, tidsperspektivet og distanse. Slike konfliktområder vil være av interesse å se nærmere på i lys av oppgaven. For å kunne tolke hvordan ulike deler i en kommunikasjonsprosess blir påvirket av støykilder som vanskeliggjør formidlingen av budskapet. Går vi videre til det tidende steget er det det dramatiske som fremheves. Chemers beskriver det dramatiske slik.

Dramatic events are capable of generating all kinds of aesthetic responses.. ..Aesthetics is a cognitive, evaluative process by which humans assess abstractions like beauty, sublimity, profundity, horror, and other matters of what we call taste.⁵⁸

Det er individets estetiske sans og følelse som blir lagt frem for oss via dette dramatiske perspektivet. Tolkningen av individets smak, og følelser vil være med på å forme hvordan et budskap formidles. Det faktum at dette perspektivet kan frembringe ulike reaksjoner hos ulike individ gjør dette til et verktøy for tolkning i stedet for å være faste rammer en skal forholde seg til.

Steg elleve og tolv tar for seg de egenskapene rundt et skuespill som bygger dets egenart og skiller denne formidlingsmåten fra andre metoder. Fremstillingen av temaet eller tanken grunngrir Chemers med en linje tilbake til Aristoteles som benytter seg av det greske begrepet *διάνοια*, *diánoia*. Dette konseptet har han selv hentet fra Platon sin forståelse av å avdekke sann kunnskap i en dialektisk kommunikasjonsprosess.⁵⁹ Aristoteles tar dette perspektivet med seg når han ser nærmere på oppbygningen av et skuespill. Når Aristoteles beskriver *diánoia* i skuespillet, beskriver han dynamikken og all den dialektiske visdom som

⁵⁸ Chemers 2010:86

⁵⁹ Chemers 2010:89

befinner seg i denne produksjonen av mening.⁶⁰ Chemers beskrivelse av disse perspektivene og stegene er i stor grad mye mer dyppgående enn hva jeg har gjort rede for her, men et av hans oppsummerende poeng vil jeg fremheve. Dette perspektivet blir relevant i det man forstår hensikten til dem som ønsker å formidle et budskap.

The great playwrights used drama as their chosen medium because the dialectical nature of theater was the best possible way for them to publicly express their religious, social, political, or humanitarian ideas. We should tread warily when we try to nail such writers down to something that can be summed up in a single pithy statement.⁶¹

Dramaet som formidlingskanal var på den tid da de store skuespillene ble skrevet, den mest hensiktsmessige og mest åpne kanalen for å få ytret en mening. Ser man denne avhandlingen i lys av en slik forståelse forsøker jeg å se hvordan en avsender kan gjøre nytte av den kanalen hvor man får best mulig utbytte og gjennomslag for sitt budskap i dag. Jeg vil nå se nærmere på det niende steget i dramaturgianalysen og se hvordan man bygger opp det klimatiske plottet. Som jeg også i stor grad benytter meg av når jeg ser på mediene som kanal for det overhengende budskap formidlet av Kirkens Nødhjelp.

4.3.2 Det klimatiske plottet

Det klimatiske plottet er det dominerende litterære systemet innen vestlig dramatisk litteratur. Dette systemet bygger på en klassisk forståelse av dramaturgien med et anslag, en oppbygning, et klimaks, vendepunktet og en avslutning. Dette systemet er grunnfundamentet for hvordan plottet dramaturgisk blir bygd opp. Chemers vektlegger at man må gjøre en forskjell mellom plottet og historien. Han mener at plottet er den sekvens av handlinger som skjer på en scene. Når vi ser på dramaturgiens plott så konsentrerer vi oss om det som konkret skjer i en handling. Historien på den andre siden er rammene som manusforfatterne skriver og som plottet blir analysert ut i fra.

⁶⁰ Chemers 2010:90

⁶¹ Chemers 2010:90

Denne oppstillingen er bygget opp omkring tre deler. Inndelingen er *Protasis*⁶², *Epitasis*⁶³ og *Catastasis*.⁶⁴ Chemers velger å fremstille denne teorien med slutten først, og så jobbe seg mot starten. For enklere å lage en skriftlig fremstilling av dramaturgiens utvikling ønsker jeg å følge plottet kronologisk fra start til slutt, motsatt av Chemers fremstilling.

Den første punktet beskrives som "*the opening beat*" eller anslaget. Her blir man presentert for de ulike karakterene, og man setter temaet for handlingen. I utviklingen av første del skaper man bakgrunnshistorien for plottet. Chemers beskriver denne delen av oppbygningen av dramaet som "*Expository beats*"⁶⁵ Disse resonnerende slagene skal være med på å fortelle hva som har skjedd før selve plottet. Dette tilbakeblikket kan være med på å svekke dramaets fremgang og er derfor ofte skrevet kort. Dette gir oss som lesere et overblikk og innsikt i historien, men vi kjenner ikke til alle detaljer. Hele denne delen fra anslaget og starten på en oppbygning av dramaturgien kalles for *Protasis* og denne perioden beskrives som tidspunktet da noen momenter i et drama blir avdekket. I denne fasen vil man også se at den handlingen som man gjør er med på å påvirke individets emosjonelle side i det vi beveger oss inn i plottets neste del.

Epitasis eller "*rising action*"⁶⁶, den stigende kurve blir denne delen referert til. Her er det en intensivering av både handling og emosjonelle følelser. Man forsøker å jobbe opp mot et vendepunkt. På veien opp mot dette vendepunktet eller klimakset vil en bli fylt med nødvendig informasjon etter hvert som plottet utvikler seg.

Når plottet når sitt klimaks, regnes dette for å være den perioden med høyest intensitet emosjonelt blant mottagerne. Dette foregår som regel rundt den tiden hvor hovedproblemet blir løst. Man beveger seg over mot en avslutning og en oppsummering om hva som har skjedd. Hva har vi lært ut av dette stykket.

⁶² *Protasis* defineres i dramaturgi som starten på et plott. Lingvistisk defineres det som en handling som henviser til noe annet. "hvis X, så Y"

⁶³ *Epitasis* defineres i dramaturgien som hoveddelen av stykke

⁶⁴ *Catastasis* defineres som katastrofen, og inneholder vendepunktet i dramaturgien.

⁶⁵ Chemers 2010:82-85

⁶⁶ Chemers 2010:82-85

Denne tredje delen kaller Chemers for *Catastasis* og er landingen av dramaturgien. Nå er man forbi vendepunktet. Intensiteten faller og vi forsøker å gjøre en vurdering av innholdet i plottet.

Denne teorien eller rytmen kan man kjenne igjen fra andre strukturer og arrangement som skjer i menneskers liv. Chemers skriver at vi pleier å organisere religiøse og sosiale riter etter de samme prinsippene. Vi kan se likhetstrekkene fra denne typen dramaturgi i politisk debatt, i rettsalen og på idrettsarrangement. Han mener at denne rytmen som vi ser her, er en rytme som mennesket er godt kjent med og som man føler seg tilfreds med.

4.3.3 Oppsummering

Modellen for å forstå dramaturgien er vid og derfor har jeg valgt å fokusere på noen få områder. En grunnleggende forståelse for formidling av en tekst er at teksten i seg selv ikke er det endelige produkt, men det er formidlingen og utøvelsen av teksten som blir det endelige. For at man skal kunne være den utøvende part i et slik samspill krever det også at man er ydmyk i forhold til sin egen oppfattelse av at man ikke besitter all kunnskap, men at en har kunnskap om noe.

Plottets oppbygning er delt inn slik at man som mottagere skal kunne forstå hvordan både tekst og den utøvende part er med på å etablere og påvirke individets emosjonelle side for en begrenset tidsperiode. Ser man på oppbyggingen av dramaturgimodellen, bygger den på en forståelse og en inndeling i tre ulike deler, fra anslaget via oppbyggingen til vendepunktet og avslutningen. Denne teorien kan benyttes på flere ulike områder i samfunnslivet selv om teorien her er kontekstualisert i et dramaturgisk samspill.

4.4.Fundraising – oppbyggingen av gode kampanjer.

Pengeinnsamling er i denne avhandlingen viktig for å forstå hvordan Kirkens Nødhjelp som organisasjon planlegger appell og tilbakemelding. For å kunne forstå hvordan gode appeller og gode tilbakemeldinger får effekt, har jeg valgt å

ta med Kim Kleins bok om *"Fundraising for Social Change"*⁶⁷ Denne boken tar for seg noen grunnleggende prinsipper for oppbygning av gode kampanjer. Jeg bruker prinsippene hentet fra denne boken for å forstå hvilke effekt spesifikke kampanjer kan oppnå ovenfor en målgruppe. Kim Klein er kjent for å ha vært med å forme innsamlingsmetoder brukt av små bistandsorganisasjoner som har et ønske om å utgjøre en forskjell i den store verden, hun er amerikansk og bosatt i California. Dette preger også bokens litterære innhold, som er i stor grad rettet mot et amerikansk marked. Selv om likhetstrekkene er varierende mener jeg at noen av hennes prinsipper også kan eller delvis er integrert i en norsk kontekst, men at vi ikke nødvendigvis ikke er bevisst på de handlinger vi gjør.

4.4.1 Grunnprinsippet for fundraising

Hva ønsker organisasjonen at skal komme ut av en kampanje? Hva er hensikten bak slike kampanjer. Kim gir et konsist svar. *Giverne*, er dem organisasjon er ute etter. Ikke gaver eller donasjoner, men personene bak pengene. Fundraising er ikke primært å samle inn penger, men å bygge sosiale-bånd som igjen skaper et lengre partnerskap. Klein forsøker å forklare det slik. "It means that you will relate to your donors as individual human beings rather than as ATMs that you engage when you want money but whom you otherwise ignore."⁶⁸

Prinsippet omkring fundraising beskriver et forhold hvor hensikten er å pleie relasjonene i seg selv uten å ha en skjult agenda, som kunne vært å genere støtte. I stedet snakker man her om å bygge partnere og fremtidige givere som over et lengre perspektiv vil ha større lojalitet til organisasjonen enn hva man kan forvente av en tilfeldig giver.

4.4.2 Hvordan nyttiggjøre spesielle arrangement riktig.

Spesifikke arrangement regnes for å være blant de eldste former for innsamlingsarbeid. Det er den arrangementstype med størst utbredelse i verden. En grunn til at denne formen er blitt så populær mener Klein, ligger i fleksibiliteten og muligheten for variasjon i uttrykk. Dette gjør spesielle

⁶⁷ Klein 2011

⁶⁸ Klein 2011:21

arrangement flotte for å få nye givere og støttepartnere. Men i denne formen for arrangement, er det også rom for mistolkninger. Den vanligste feilen organisasjoner gjør er at man håper at spesielle arrangement skal generere store pengesummer. Fordi arrangementet i seg selv ikke genererer forventede inntekter, bør man forsøke å forstå arrangementet i lys av tre målsetninger som Klein beskriver som:

- Skape publisitet omkring egen organisasjon.
- Øke synligheten omkring egen organisasjon.
- Hente inn (ny) kapital.⁶⁹

Jeg ønsker å se nærmere på disse tre målene som Kim Klein beskriver ovenfor. Når en øker publisiteten rundt egen organisasjon så når man ut til et publikum som vil følge organisasjonen i en begrenset periode. Hvor lenge en denne perioden vil vare er avhengig av hvor god organisasjonen er på å markedsføre seg selv og de spesielle arrangementene. Og hvor gode organisasjonene er på bygge relasjoner til den utvalgte gruppen.

Målsetningen om publisitet er også tett knyttet til synligheten en organisasjon har i samfunnet. Klein forklarer linken mellom publisitet og synlighet slik: "Visibility is the cumulative effect of publicity."⁷⁰ Ut i fra denne tanken, spirer strategien om at hver gang man markedsfører seg eller har kampanjer så bygger man en sterkere merkevare mot samfunnet. Slik blir både synlighet og publisitet styrket. I et markedsføringsperspektiv er det også viktig å fremstille det bildet som man ønsker at individet skal ha av organisasjonen, samtidig som man formidler den fremtidige retningen til organisasjonen. Ved å ha slike spesielle arrangement jobber man mot både det å skaffe nye givere eller ny kapital, men også og vedlikeholde gamle relasjoner. Ved å skape en tradisjon eller en form for gjentakelse har man mulighet for å skape slike arenaer hvor det er mulighet for å knytte gamle og nye kontakter opp mot organisasjonen.

⁶⁹ Klein 2011:103

⁷⁰ Klein 2011:103

Den siste målsetningen som Klein har tatt med har jeg valgt å se litt på utsiden av organisasjonens publisitet og synlighet. Fordi den omhandler innsamling av kapital, både gammel og ny, så skiller den seg litt fra de to foregående målsetningene. Klein nevner at innsamling av penger ikke har hovedprioritet ved slike spesifikke samlinger. Er det penger som er hovedargumentet for å ha et arrangement, mener hun at det finnes andre metoder og strategier som vil samle inn penger på en enklere måte enn hva man vil se på denne typen arrangement. Spesifikt for denne typen arrangement er at man må bruke penger for å kunne tjene penger. Slik sett vil denne typen spesielle arrangement være en kalkulert risiko for organisasjoner som benytter seg av strategien. Risikoen kan være at man ikke får uttelling for investerte midler. Et annet element for slike spesifikke arrangement er tidspunktet for arrangementet. I et samfunn hvor det er mange ulike ting som skjer, må man forsøke å tilpasse arrangementet slik at man når ut til flest mulig potensielle individer. Dette øker sjansene for å få nye givere, og da også stabile inntekter. Samtidig minsker det risikoen for å egen investering, ved å sikre tilgang til et større potensielt publikum.

4.4.3 Oppsummering

Fundraising som innsamlingsstrategi er et veletablert fenomen selv om hvert enkelt arrangement blir kontekstualisert ulikt, avhengig av hvor det er man gjennomfører slike arrangement. Spesifikke arrangement har sin styrke i at de er fleksible og kan formes til de fleste settinger. Deres svakhet er at man primært ikke gjør store økonomiske innsamlinger ved slike arrangement. Det overordnede målet ved slike spesielle arrangement er å skape publisitet og øke synligheten i samfunnet. Denne oppmerksomheten har begrenset varighet noe som gjør at man som organisasjon bør skape en repetisjon i arrangementer for å opprettholde synligheten i samfunnet.

4.5 Orientalisme og imperialisme- avhengigheten mellom Nord og Sør.

Dette teorikapittelet bygger på Edward Saids to bøker, "*Orientalism*"⁷¹ og "*Cultur and Imperialism*"⁷² og har til hensikt å hente frem noen perspektiver omkring

⁷¹ Said 1978

forholdet mellom Nord og Sør. Orientalismen representerer på mange måter en forståelse av globaliseringen. Orientalismen som begrep beskrives som å være spredt fra Marokko til Japan, men at man tenker om orienten geografisk som en den nære Østen og de bibelske områdene. Afrika som region er historisk sett blitt sett på som enda fjernere enn orienten. Said, tar for seg perspektiver som også kan overføres til en afrikansk kontekst. Jeg har i denne forståelsen av orientalismen valgt å se på de deler som også sammenfaller med globaliseringsperspektiv.

Orientalisme som begrep kan for mange synes å bli sammenliknet med all eksotisering av fremmede folk.⁷³ Dette leder videre til en forståelse av hva eksotisering er. Hylland Eriksen, forstår eksotisering som en metode hvor man tar bort den lokale individs stemme, og utnytter individet til å utforme et særegent drømmebilde av orienten.⁷⁴ Denne forståelsen som er beskrevet her beskriver Hylland Eriksen som måten europeiske forfattere har laget et bildet av orienten som noe annerledes. Som et "motsatt speilbilde" av Vesten.⁷⁵ Der Vesten var rasjonell ble Østen sett på som irrasjonell, og der Østen representerte det despotiske og mystiske, var Vesten det demokratiske og vitenskapelige. Slik ble orientalismen bygget opp av bilder og motsatser for å skape en forståelse av oss og de andre. Deler av en slik forståelse er også synlig i vår tid og vår forståelse av verden.⁷⁶

Edward Said skriver at den moderne forståelse av orientalismen kan spores tilbake til Napoleon sin invasjon av Egypt i 1798. Denne invasjonen sees på som en virkelig vitenskapelig tilegnelse av *en* kultur. Den kunnskap man tilegnet seg i Egypt ble også normen for den generelle forståelse av orienten. Kunnskapen var med på å forme vår forståelse av kulturelle og politiske perspektiver. Said mener at orientalismen er en del av den overordnede politiske visjonen som skiller

⁷² Said 1993

⁷³ Hylland-Eriksen. T, 1994 i Kritikjournalen, Lastet ned 19.04.12, <http://folk.uio.no/geirthe/Orientalism.html>

⁷⁴ Hylland-Eriksen. T, 1998 tekst til programhefte "Nordisk Panorama" Nordisk festival for dokumentarfilm, Kiruna, Lastet ned 19.04.12, <http://folk.uio.no/geirthe/Eksotisering.html>

⁷⁵ Hylland-Eriksen. 1994

⁷⁶ Hylland-Eriksen 1994

mellom det kjente i Vesten og det ukjente eller fremmede i Østen. Dette gav grunnlaget for en forståelse av to ulike verdener, hvor orientalistene levde i sin verden og vi i vår.⁷⁷ Med dette som utgangspunkt spør også Said om det er rom for en slik differensiering av mennesker uten at det vil oppstå konflikter. Det han har lagt vekt på i boken "Orientalism" er at man har kunnet leve side om side i en verden delt inn i ulike kulturer, tradisjoner og raser. Et sentralt poeng midt i dette mener Said, som Vico⁷⁸ lærte oss, "er all menneskelig historie, skapt av mennesker"⁷⁹ Men Said vil hevde at i situasjoner hvor man snakker om oss og dem, har skapt et ordpar som polariserer hverandre. Han skriver:

The Oriental becomes more Oriental, the Westerner more Western- And limit human encounter between different cultures, traditions and societies... ..Orientalism as a form of thought for dealing with the foreign has typically shown the altogether regrettable tendency of any knowledge base don such hard-and-fast distinctions as "East" and "West".⁸⁰

Teksten kan tolkes dit at man i stede for å skape en symbiose av to kulturer. Skaper og forsterker to ulike kulturers egenart, og man bygger opp skiller fundamentert i ulikhetene mellom øst og vest.

4.5.1 Orientalisme i dag

Når en ser på orientalisme mener Said at vi kan se enhver europeer. Med det vil han si at forståelsen om orienten er konsekvent imperialistisk. Dette satt i sammenheng med en moderne forståelse om at orientens eksistens var skapt av og for vestlige forfattere. Denne tanken er siden blitt etterprøvd og Hylland Eriksen skriver at det er deler av europeisk forskning omkring "Østen" som ikke passer inn i Saida forståelse av orienten og at mye av denne forskningen har vært motivert av å utvikle gyldig kunnskap omkring blant annet asiatiske språk.⁸¹

I etterordet til Edward Saida *Orientalism*, påpeker han et moment i forskningen på "den andre". Han bemerker at vi ikke må glemme at forskning på mennesker

⁷⁷ Said 1978

⁷⁸ Giovanni Battista Vico (1668–1744), var professor i Retorikk ved Universitet i Napoli

⁷⁹ Said 1978:331

⁸⁰ Said 1978:46

⁸¹ Hylland-Eriksen. T, 1994 i Kritikjournalen, tilgjengelig 19.04.12, <http://folk.uio.no/geirthe/Orientalism.html>

normalt har en etisk og en politisk konsekvens enten positivt eller negativt, og at en som forsker ikke kan være likegyldig til de valgene man gjør.⁸² At alle valg for en konsekvens. Det er da forskerens rolle å se at konsekvensene ikke rammer uskyldige, men at man faller tilbake på uttalelsen til Vico, hvor det er sagt at all menneskelig historie er menneskeskapt. Derfor må også mennesket ta ansvar for sin historie og sine valg.

4.5.2 Imperialisme – opprettholdelse av "oss" og "dem"?

I en verden preget av global ekspansjon og kolonialisering historisk sett, har vi fått en grunnleggende forståelse om hva som er gjort av kolonialisering og forvaltning av landområder og ressurser. I denne perioden har begrepet "oss" og "dem" også blitt forvaltet og vedlikeholdt. Said skriver i boken *Culture and Imperialism*, om ulike aspekter ved fremveksten av denne kulturen. Definisjonen av en imperialistisk forståelse slik Said skriver det kan være: "At some very basic level, imperialism means thinking about, settling on, controlling land that you do not possess, that is distant, that is lived on and owned by others."⁸³

I en slik forståelse av imperialisme som beskrevet her finnes det få antydninger til ønsket om en sammensmeltning av ulike kulturer. I stede kan vi se en oppbygging av begrepene rundt "oss" og "de andre", som er beskrevet i 4.5. Setter man dette i sammenheng med vår forståelse av det globale Sør og det globale Nord, kan vi se paralleller til Vesten i forhold til Østen. Said siterer et lengre avsnitt fra Noam Chomsky⁸⁴ som tar opp denne Nord-Sør problematikken i forhold til en fremvekst av den kalde krigen. Jeg ønsker også å fremheve en del av Chomsky sitt bidrag.

The "North-South" conflict will not subside, and new forms of domination will have to be devised to ensure that privileged segments of Western industrial society maintain substantial control over global resources, human and material, and benefit disproportionately from this control.⁸⁵

⁸² Said 1978:327

⁸³ Said 1993:7

⁸⁴ Noam Chomsky er språkforsker og politisk aktivist.

⁸⁵ Chomsky 1982:84-85

Dette utsagnet er skrevet i en kontekst omkring den kalde krigens ekspansjon og opprettholdelse av politiske maktforhold. Likevel er Chomskys bidrag til Nord-Sør konflikten en videre forståelse hva hvordan vi kan se en utvikling i det globale Nord og Sør. Dette perspektivet vil hevde at denne konflikten ikke vil avta, at det ikke vil bli en likestilling mellom det globale Sør og Nord. Han går langt i å si at privilegerte deler av det vestlige industrisamfunnet ønsker å opprettholde betydelig kontroll over globale ressurser, menneskelige og materielle og dra uforholdsmessig nytte av denne kontrollen. Nord-Sør konflikten har på mange måter pågått parallelt med fremveksten av orientalismen, og koloniseringen. Om vi i dag beskriver perioden som post-kolonial, kan man ikke unnvike fra en tanke om at elementer og perspektiver fra koloniseringen fortsatt er virksomme.

4.5.3 Oppsummering

Orientalismen er på mange måter det mystiske bildet Vesten har skapt av Østen. Det er blitt sett på som en motsats til de prinsipper som man nyttiggjør seg i Vesten som jeg har nevnt ovenfor. Der Vesten viser demokrati skal orienten representere det despotiske. Der Østen har mystikk, har Vesten rasjonalitet. Denne oppbygningen av kunnskap er grunnlagt ut i fra Vestens prinsipper, og representerer da det bildet den vestlige verden har, ikke selvbildet av Østen. Når vi litterært skaper en verden bygd opp på to ulike verdensbilder, bygger man også opp en konflikt omkring individets selvforståelse. Er man en del av "oss" eller "dem". Denne forståelsen bringes også med i den imperialistiske epoken, hvor kolonialiseringen og muligheten for å sikre nasjonale ressurser var viktig for kolonimaktene. Fra et post-kolonialt perspektiv skulle man ønske at den imperialistiske kulturen også sluttet. Men til forskjell fra politiske perspektiver, kan det ta lengre tid å se endringer i kultur enn i andre settinger. utfordringene omkring Nord-Sør problematikken, setter agenda for hensikten til alle investeringer som gjøres mellom Nord og Sør. I sammenheng med denne avhandlingen vil disse utfordringene dreie seg rundt investeringer og forvaltningen av bistandsmidler, og hvordan disse ressursene blir utnyttet i samspillet mellom utvikling i Nord og Sør.

5.0 Intern informasjonsanalyse

Utgangspunktet for denne analysen er å se hvordan Kirkens Nødhjelp kommuniserer appell og tilbakemelding til sine givere, med fokus på sultkatastrofen på Afrikas Horn. For å kunne svare på dette forskningsspørsmålet har jeg valgt å dele inn materialet i intern og ekstern informasjon. Det interne viser til informasjonsmaterialet som er produsert av KN, mens det eksterne representerer materiale fremstilt i media. Jeg kommer til å presentere analysen av det eksterne materialet fra kapittel seks til kapittel åtte.

For alle typer organisasjoner er god kommunikasjon internt et viktig grep for å få spredd ut budskapet til individer og grupper som finner informasjonen relevant. Dette kan være medarbeidere, givere, kirker, samfunnsgrupper eller lignende. Derfor bruker også organisasjoner ulike mediekanaler til å spre ut resultater, tilbakemeldinger og gi informasjon til sine mottagere. Om dette er via sosiale medier, brev, nettsider eller magasin, er i denne sammenheng underordnet. President Barack Obama bruker "State of the Union" til å kommunisere landets tilstand tilbake til folket, samtidig som han presenterer nasjonens retning i perioden fremover. Det er den samme type informasjon vi kan finne i organisasjoners interne kommunikasjon. Det er en todelt stemme, som skal gi tilbakemelding, samtidig som man staker ut kurs for fremtiden. KN skiller seg således lite fra denne tankegangen omkring hvordan man formidler et budskap og en appell. Ser man KN sin interne kommunikasjon under ett kan man se deler av dramaturgiperspektivet slik det er blitt fremstilt i kapittel 4.3.1. Mye av den informasjonen KN produserer handler om å skape en forståelse og legge til rette noen rammer slik at mediene og andre aktører kan nyttiggjøre og videreformidle informasjonen KN tilrettelegger. I tillegg til å ha en forfatterrolle, hvis man skal benytte seg av terminologien fra kapittel 4.3, ser man flere likhetstrekk mellom dramaturgiens oppbygning i de tolv stegene og måten man fremstiller og bygger opp intern kommunikasjon. Oppbyggingsprinsippene i kommunikasjonen er lik uavhengig av om kommunikasjonen er intern eller ekstern. I denne avhandlingen har jeg valgt å vise dramaturgiens utvikling mer i det eksterne materialet enn det interne. På denne måten kan jeg eksponere materialet for ulike teorier og

perspektiver, som jeg kan sammenfatte i konklusjonen. Mediene har også tidsperspektivet innbakt i publiserings datoene, noe som gjør det enklere å visualisere progresjonen i krisen, sammenlignet med dramaet over lengre tid. Det er viktig å presisere at KN som bistandsorganisasjon også spiller inn i på hvordan mediebildet fremstiller saker. Skillet mellom intern og ekstern kommunikasjon er således en formalitet for å strukturere denne oppgaven.

5.1. KN sine interne informasjonskanaler

Å kunne kommunisere med sine givere gjør at bistandsorganisasjoner som Kirkens Nødhjelp, må benytte flere kanaler for å nå ut til ulike målgrupper. Dette henger sammen med en forståelse av at kommunikasjon ikke foregår i et vakuum, men er gitt en kontekst i tid og rom. Når vi skal nå ulike målgrupper som også har ulike behov må vi lage arenaer som man kan både utfoldes og utfordres på.

Sosiale medier er i dag en relativt ny mediekanal, som når ut til en målgruppe som i større grad er interaktive i sin hverdag. Hvor stor appell sosiale medier har, har ikke denne avhandlingen fokusert på. Men en kan anta at sosiale medier har påvirkningskraft mot den målgruppen som har valgt å melde interesse, eksempelvis på Facebook, hvor man i mai 2012 har 11 469 "likes" Hvor mange av disse som har et aktivt engasjement er det muligens vanskeligere å måle. Men dette er et eksempel på hvordan KN tilpasser kommunikasjonen til denne kanalen og den målgruppen som sosiale medier møter.

I tillegg til den nyere teknologien har KN også noen kommunikasjonskanaler som er mer tradisjonelle for å nå ut til sine givere. Kirkens Nødhjelp magasinet er en av hovedkildene for KN sin interne kommunikasjon. Dette bladet kommer ut fem ganger i året og inneholder KN sin tilbakemelding om situasjoner ute i felten og også på innsamlingsfronten i Norge. Hensikten med dette bladet er å gi målgruppen både en appell om å fortsatt støtte arbeidet, samtidig som man gir en tilbakemelding om hvordan tingenes tilstand er. Jeg kommer i denne avhandlingen til å bruke analysen av KN-magasinet knyttet til den interne

informasjonen. Grunnen til at jeg benytter magasinet, er fordi KN benytter det som en viktig kilde for å spre sitt budskap om appell og tilbakemelding. Dette relateres også tilbake til Kim Kleins markedsførings prinsipper, nevnt i kapittel fire, hvor tematikken omkring hvor du markedsfører deg som organisasjon angir hvilke målgruppe i samfunnet du ønsker å nå.⁸⁶ Med Klein sin forståelse kan man argumentere for at integrasjon av nye kommunikasjonsplattformer bare vil øke potensielle målgrupper. Tilveksten av nye arenaer å kommunisere på er ikke nødvendigvis stor, men det dynamiske forholdet mellom nyskaping og tradisjon er med på å bygge relasjoner mellom organisasjon og givere. Med samspillet slik jeg beskriver det her mener jeg ikke at man vrir kommunikasjonen i en ny retning, men man implementerer ny teknologi i tillegg til eksisterende kommunikasjonskanaler. Da gis det også mulighet for å utvide målgruppen. Klein sier at 90% av mennesker under 30 år, er daglig i interaksjon på internett, mens 70% av menneskene over 30 år benytter teknologien på samme måte.⁸⁷ Tallene vil naturligvis ikke gi en nøyaktig statistikk over hvordan våre nettvaner er. Det er i disse tallene ikke tatt hensyn til den lokale kontekst, men den bekrefter at yngre mennesker i større grad implementerer ny teknologi raskere enn eldre. Derfor er det viktig å vise at ny teknologi og nye kommunikasjonsmetoder er supplement og ikke i stede for tradisjonelle metoder.

KN sine kommunikasjonskanaler er også preget av at det pågår en informasjonsteknologisk utvikling som KN på ulike måter forsøker å implementere i organisasjonen. Jeg vil nå å se nærmere på Kirkens Nødhjelps magasinet, og dets kommunikasjon og appell i forhold til Afrikas Horn krisen.

5.2 Analyse av Kirkens Nødhjelp magasinet nr.04.2011

Det er i analysen av KN sitt blad nødvendig å gjøre en avgrensning av materialet. Jeg har valgt å fokusere på KN magasinet nummer 04.2011⁸⁸, som har Afrikas Horn krisen som hovedtema. Målgruppen og leserne av dette bladet er

⁸⁶ Klein 2011

⁸⁷ Klein 2011

⁸⁸ KN-magasinet som PDF tilgjengelig 21.03.12 <http://www.kirkensnodhjelp.no/Om-Kirkens-Nodhjelp/Publikasjoner/Kirkens-Nodhjelp-magasinet/>

mennesker som tidligere har gitt gaver eller har etablert kontakt med KN. I tillegg til disse individene blir dette magasinet sendt ut til bedrifter, organisasjoner og kirker som har hatt eller har en relasjon til KN. Innholdsmessig er det utgave nummer 04.2011 som er det mest relevante magasinet, samtidig som det er publisert innenfor det avgrensede tidsrommet jeg har definert som avhandlingens kontekst. Jeg vil i denne analysen av KN magasinet først se på forsiden og analysere den i form av bilde og tekst. Videre til jeg se på artikkelserien inne i magasinet å starte og analysere den fra et billedlig perspektiv for så og sette dette i kontekst med artikkelteksten. Videre vil jeg se på helheten i lys av Jakobsons kommunikasjons funksjoner, og forsøke å se hvor KN kommuniserer sin appell og tilbakemelding.

5.2.1 Hva et bilde forteller

Et folkekjært uttrykk er blitt "et bilde sier mer enn tusen ord", men hva forteller egentlig bilder, hvis man ikke kan kontekstualisere dem? Susann Sontag⁸⁹endret forståelsen for hvordan man skal forstå fotografiet, hun skriver: "Because each photograph is only a fragment, its moral and emotional weight depends on where it is inserted. A photograph changes according to the context in which it is seen."⁹⁰ De er en avbildning av virkeligheten, men et bilde i seg selv gir oss bare et utsnitt av virkeligheten. Det ene bildet er et øyeblikk av virkeligheten. Det er den virkelighet som fotografen eller avsenderen ønsker at vi som mottagere skal se. Hvordan vet vi hvilke måte bildet skal tolkes i hvis vi ikke kjenner konteksten? Eller hvis vi plasserer bildet inn i en helt annen kontekst.

I denne sammenhengen skal forsiden av magasinet til KN både gi tilbakemelding, gi en appell og være etisk riktig innenfor det rammeverk som er lagt av organisasjonen. Bildet som brukes på forsiden er av en kvinne. Hun ser ikke direkte inn i kamera, men ser ned og ut av bildet uten å smile eller representere noen bestemt holdning. Bildet viser en kvinne som bare *er*, avkledd fra emosjonelle uttrykk. Hun har på seg en fargerik klesdrakt og hodeplagg. Når hun

⁸⁹ Susan Sontag 1933-2004, er en kjent amerikansk novellist, som var med på å utvide forståelsen av tolknigen omkring fotografi.

⁹⁰ Sontag 1977

er presentert slik som hun i dette bildet, forteller bildet verken en historie om en lidende eller en lykkelig kvinne. Vi som mottagere av magasinet vet ikke om hun er blitt reddet fra en alvorlig sultkatastrofe eller om hun representerer dem som har fått hjelp fra organisasjonen tidligere. Ansiktsuttrykket hennes røper ingen hemmeligheter omkring hva som er konteksten for bildet. Bildet i seg selv forteller heller ikke så mye ut over kvinnen. Fotografen har henne i fokus, og velger å ikke legge så mye vekt på bakgrunnen som kan se ut å være et telt eller lignende. Slik sett forteller ikke bildet annet enn en kvinne som holder en pinne og ikke ser direkte i kameraet, men ser ned og ut av bildet. Dette bildet gir ikke oss som lesere et konkret budskap eller en appell men det finnes likevel noen elementer ved bildet som er vært å merke seg.

Menneskets øyne "leser" bilder på millisekunder og starter oppe i venstre del av bildet, følger til høyre før det går diagonalt nedover og så til høyre igjen, før det sentrer seg på motivet.⁹¹ Dette er en teknisk måte å se bilder på. Samtidig som dette skjer og det er mennesker i motivet. Det kan ha også være en mulighet at menneskets logikk da vil søke etter det som er gjenkjennbart på bildet og søke etter ansikt eller øyne for å kunne forstå og gjøre en tolkning. Bildet kommuniserer på en ikke-verbal måte og hvordan vi tolker kroppsspråket i bildet kan være en faktor for å forstå bildet. Hva beskriver fargene i dette bildet? Jeg skrev at hun går kledd i sterke farger og det at hun har klær med sterk farge gjør at hun også blir en stor kontrast til bakgrunnen som er nøytral og nesten hvit. Klærne hun bruker kan se ut til å være en tradisjonell afrikansk drakt og mot den hvite teltduken, skiller røde, sorte, grønne og blå farger seg frem og skaper forskjellene som gjør at øyets oppmerksomhet fanges.

5.2.2 Tekst som hjelpemiddel for å fortolke og forstå

Som regel så forstår vi det vi ser i bilder, i den forstand at vi kan beskrive hva vi ser. Jeg har også sagt at det kan være vanskeligere å sette bildet inn i en kontekst uten noen hjelpemidler. I den forstand har billedtekst vært kontekst og identitet skapende for vår forståelse av bilder. Denne forside er intet unntak og jeg skal

⁹¹ Erichsen et al. 2009

forsøke å se nærmere på tekstbruken i relasjon til bildet for å forstå intensjonen med bildet. Vi beveger oss inn i kommunikasjonsteorien når man ser på helheten av bilde og tekst som både en emosjonell funksjon og en konativ funksjon hvor både avsender ønsker å fortelle noe om følelsene, men enda mer den journalistiske tanken om å føre leseren mot et bestemt mål. Samspillet mellom språk og bilde er viktig for å kunne kontekstualisere bilder og tekst og kunne bygge en identitet omkring dem. Roland Barthes,⁹² skrev om forholdet mellom bildet og tekst, og han sa at språket vårt vil alltid påvirke og underbygge vår forståelse av hvordan vi tolker bilder.⁹³

Med bevisstheten om at språket er noe vi tar med oss inn i tolkningen av bildet og at det er samspillet mellom tekst og bilde som er viktig å forstå. Bildet på forsiden av magasinet til KN blir lettere kontekstualisert når man får på tekst på bildet. "Afrikas Horn: Drepende tørke. Over 12 millioner mennesker er rammet av den verste tørken på over 60 år. Kirkens Nødhjelp er der med rent vann og mat."⁹⁴ Ut i fra teksten får vi straks vite den geografiske plasseringen i verden, vi får vite hva som er problemet og også omfanget av problemet. I tillegg får vi organisasjonens løsning på problemet.

Den teksten som skiller seg ut fra resten av teksten på forsiden av KN-magasinet er den "drepende tørken" Det er lagt vekt på tørken i fontstørrelse, men øyet leser teksten sammenhengende og den drepende tørken utpeker seg som hovedtematikk for bildet og for den videre tekst. Dette utsagnet er påvirket av både den referensielle funksjonen som har som formål å belyse konteksten. Men også den konative funksjonen som ønsker å påvirke mottagerens holdninger i en bestemt retning. Ordsammensettingen om den drepende tørken, visualiserer og setter sammen to isolerte tanker til en ny tanke. Den drepende tørken referer til et naturfenomen som tar liv. I denne sammenheng er det de naturlige årsakene til sultkrisen som får publisitet. Naturfenomener er i det norske mediebilde blitt

⁹² Roland Barthes var en fransk semiotiker 1915-1980

⁹³ Barthes 1964

⁹⁴ NCA Magazine frontpage, nr. 04.2011, Lastet ned: 15.11.11

<http://www.kirkensnodhjelp.no/Om-Kirkens-Nodhjelp/Publikasjoner/Kirkens-Nodhjelp-magasinet/>

en mer og mer vanlig nyhetssak, enten det er tørke, flom, orkan eller tsunami. Når så naturkatastrofen blir drepende får vi også en mer innsikt i hva en tørkekatastrofe gjør.

Kanskje er det den drepende tørken som gjør at kvinnen på bildet ikke har noe smilende ansiktsuttrykk. Vi vet ingen ting om hennes personlig historie. Det vi vet er at hun er i en region der folk er rammet. Selv om hun er alene på bildet, forteller billedteksten en annen historie. Hun er ikke alene i denne situasjonen, hun er del av en gruppe på 12 millioner mennesker som direkte eller indirekte er rammet av sultkatastrofen i 2011.

Menneskene i denne regionen av Afrika er vant med tørkeperioder. Det er en del av livssyklusen i denne delen av verden, men det er når det er unormale endringer i syklusen som gjør at man får slike kriser som kan utvikle seg til katastrofer hvis ingen gjør preventive tiltak. Selv om denne krisen blir regnet som den verste på 60 år. Er det også gjort preventive tiltak som KN er en del av. Men i etterkant kan man da også si at det ikke var gjort nok preventivt arbeid for å unngå denne situasjonen. KN forsøker gjennom sin førsteside, både å gi en appell og en tilbakemelding. For mange givere er det nok informasjon i å vite at man er tilstede i regionen. Når man i tillegg får vite hva man aktivt gjør i forhold til at KN er der med mat og vann vil for mange være nok informasjon. Da er det etablert en troverdighet fra giverne til hvordan organisasjonen opererer i regionen. For andre personer vil setningen om KN sin tilstedeværelse være den utløsende faktor for at de vil bidra til å øke velferden i denne regionen. Disse få setningene på førstesiden av KN magasinet inneholder mye informasjon når man ser på hvert enkelt ledd av setningen. Når vi forsøker å gi ut et best mulig bilde av organisasjonen og dets arbeid både hjemme og ute, er disse setningene nesten å regne som et sammendrag for KN sin virksomhet på Afrikas Horn.

Når organisasjonen velger å profilere Afrikas Horn krisen så sterkt som det man gjorde her, kan det være flere grunner til det. Det kan være samsvar mellom egen informasjonsflyt og den eksterne mediedekningen som gjør det relevant og bruke denne krisen til å både profilere eget arbeid, samt å genere støtte til de

katastroferammede i denne regionen. KN kan bruke denne katastrofen til å bygge opp egen identitet og merkevare som en bistandsaktør som ikke gir opp, men som står i arbeidet den ekstra timen og som rir katastrofen ut. Dette samsvarer med markedsføringsstrategien til Klein som vil si at hver gang man skaper interesse omkring egen organisasjon, så bygger man også på egen merkevare. Appellen som blir sendt ut til leserne reflekterer en organisasjon som ser på denne katastrofen i et langt utviklingsperspektiv. Dette samsvarer også med de underliggende verdiene som KN har i sitt verdidokument, "Sammen for en rettferdig verden."⁹⁵ Denne dokumentet viser i seg selv, men også denne setningen at KN tenker i et langsiktig perspektiv i tillegg til å tenke nødhjelp.

5.2.3 Artikkelen og bildene i samspill

Når en så åpner magasinet er det den samme overskriften "Drepende tørke" som fyller den nederste delen av disse to sidene. Teksten er plassert over bildet av et knusktørt jordsmonn, med en himmel uten tegn til regn. Unntaket fra det golde landskapet er noen busker som står spredt omkring på marken. Dette bildet er tatt i nærheten av en flyktningeleir. Vi kan se rader med telt stående i horisonten. Dette viser mennesker som har kommet til en midlertidig sikkerhet fra sultkatastrofen. Dette gir konteksten for bildet. Hovedfokuset er likevel ikke alt som ligger i bakgrunnen, men det er bildet av en mor og to barn. Kledd i fargerike klesplagg og med sandaler er de på veg mot dagens mål. Med barnet under armen, vannbeholdere i hånden og bærende på ryggen, er hun sammen med ei annen liten jente på veg mot vannkilden for å hente det verdifulle vannet.⁹⁶ Jenta som går bak kvinnen bærer også på sin egen fem liters kanne til å ha vann i.

Det første jeg vil spesifikt trekke frem i denne bildeanalysen er morens målbevissthet. Det kan være sannsynlig at hun ikke hadde noe annet valg enn å gå å hente vann, men bildet viser en kvinne som er målbevisst i sin handling. Fokuset til kvinnen er ikke på fotografen som skal ta et bilde, men fokuset er å fylle kannene med vann. Om bildet forteller en historie om retningen for å hente

⁹⁵ Prinsippdokument KN 2008

⁹⁶ KN-Magasinet 04.2011:4-5

vann, overleve, eller det være en omsorgsperson vil være vanskelig å si. Kanskje kan man si at kvinnen på bildet oppfyller alle de overnevnte holdningene. Dette kan vi ikke vite mer om nettopp fordi vi bare har et lite utsnitt av virkeligheten fanget opp av en fotografs øyne, slik Sontag forklarte forståelsen omkring bildet. Teksten som binder det hele sammen har heller ikke mulighet til å fortelle livshistorien til de involverte. Derfor blir det meste bare vage antagelser.

Det som vi derimot kan tydelig se er den drepende tørken, visualisert på kvinnens føtter og sandaler som er synlige under overskriften. Vi som lesere får et inntrykk av hvor tørt det er på Afrikas Horn, uten å måtte se mer dramatiske konsekvenser av en tørkekatastrofe. Jeg vil i delkapittel 5.2.6 analysere en mer dramatisk fremstilling av sultkatastrofens konsekvenser enn slik katastrofen er fremstilt på artikkelens hovedbilde. Uten å kjenne til denne kvinnens personlige historie kan vi som lesere få en trygghet om at hun er i sikkerhet. At hun har tilgang til det mest nødvendige for å overleve tørken.

5.2.4 Samsvar mellom bildet og tekst

Når vi ser ingressen til denne artikkelen i sammenheng med bildet spiller forfatteren på et litterært virkemiddel i form av kontrast. Denne kontrasten utspiller seg både litterært og i forhold til bildet.

Mens den norske sommeren blir skylt bort av styrtregn og flom, rammes landene på det afrikanske horn av den verste tørken siden 1950-tallet. Over tolv millioner mennesker trues av sult. Kirkens Nødhjelp gir nødhjelp i Somalia, Kenya og Etiopia.⁹⁷

KN starter teksten med å gi et litterært bildet av været. Ikke en generell forståelse, eller spesifikt inn i de tørkekatastroferammede områdene. Det er den regntunge og dårlige norske sommeren som portretteres og det er det litterære bildet av regn og oversvømmelse som starter en artikkel om tørke. Med denne vinklingen bygger forfatteren en tankebro fra den norske konteksten til krisen på Afrikas Horn. Men KN rører også ved et fenomen som er dypt festet i den norske folkesjelen. Nettopp tanken om å snakke om været som et uttrykk. Det å

⁹⁷ KN-Magasinet 04.2011:5

snakke om været er det norske eksempelet på den språklige kommunikasjonen. Den fatiske funksjonen i teorien til Jakobson i kapittel to. Den fatiske funksjonen har ingen annen funksjon enn å etablere et forhold mellom sender og mottager.⁹⁸ Hensikten til ingressen gir ikke bare et innblikk i hva som kommer senere, men ingressen forsøker å bygge en sammenheng fra hverdagen vi har i Norge til den afrikanske hverdagen. Skribenten velger å fremheve kontrastene mellom flom og tørke og bygger videre på dette perspektivet i ingressen. Ser man på dette i lys av KN sin strategi om en mer rettferdig verden er dette også en fremstilling av noe som kan virke veldig urettferdig. Hvorfor skal det være slik at noen får mengder av vann mens andre ikke får noe. Dette kan igjen settes i sammenheng med forvalteransvaret for naturen og de globale klimaendringene som vi er vitne til. Jeg kommer ikke til å følge opp klimaendringer i denne avhandlingen. Dette begrunner jeg fordi ingressen slik den fremstilles i KN magasinet kan tolkes i mange ulike retninger. I tillegg til dette gir ingressen oss som lesere mer informasjon omkring det geografiske området som KN er involvert i. Denne informasjonen bestemmer litt størrelsen for innsatsen som settes inn. Sultkatastrofen har ikke bare rammet 12 millioner mennesker, men det er millioner med mennesker spredt over et stort område. Denne konkretiseringen er med på å beskrive rammeverket for hvor stor denne aksjonen man søker hjelp til er. Fordi jobben er så stor er det viktig for KN å vise at arbeidet som gjøres i regionen gjøres i samarbeid med andre organisasjoner som har lokal forankring og slik vise at hjelpen kommer frem. Således er den historien KN presenterer i KN-magasinet en historie hvor hjelpen har kommet til nytte. Denne tilbakemeldingen appellerer i seg selv til å fortsette å gi samtidig som den kan brukes for å få nye bidragsytere.

5.2.5 En personlig livshistorie

Artikkelen og bildene som nå kommer gir et lite innblikk i en persons livshistorie. Personen det her er snakk om er en kvinne som heter Adey Yusuf Aden. Senere referer jeg bare til henne som Aden. Hun er 64 år og lever i en flyktningeleir i Etiopia.⁹⁹ "Et steinkast unna hjelpeapparatet - og ikke minst

⁹⁸ Von der Lippe 2003:185-187

⁹⁹ KN-Magasinet 04.2011:6-7

maten, i flyktningleiren over grensen. Turen hadde kostet. Tre familie-medlemmer, svekket av sult, døde på veien. Adens historie er langt fra unik.”¹⁰⁰ Aden sin historie preger ikke mye tekst, men blir benyttet som et litterært virkemiddel for å bygge en overgang til noe som er mer dyptgående. Som leser blir vi en del av den emosjonelle funksjonen hvor vi blir preget av de holdninger og følelser som avsenderen ønsker å formidle samtidig som vi beveger oss mot en bestemt retning og benytter mer av den konative funksjonen hvor senderen ønsker å gi oss en appell om at det nytter å bidra. På mange måter blir vi fortalt anslaget i en dramaturgi. Som lesere får vi vite litt om bakgrunnen og bakteppet for hennes historie.

Likhet med de fleste hun kjenner har hun måttet nøye seg med ett måltid om dagen de siste tre månedene. Men drikkevann har hun, takket være Kirkens Nødhjelps søsterorganisasjon gjennom ACT Alliance, Church Service (CWS).¹⁰¹

Hennes personlige historie veves inn med den pågående situasjonen i region, noe som driver teksten fremover. Det er samspillet mellom det emosjonelle og det informative som fanger leserens oppmerksomhet. Bildene som følger denne teksten bærer ikke alene den samme dynamikken mellom det personlige og det profesjonelle liv. Artikkelen bruker en bildeserie på fem bilder hvor alle bildene har referanser i teksten. Innslaget av KN som en bistandsaktør i denne situasjonen er lite tilstede i bildene. Dette kan være en bevisst handling som KN har hvor man ikke ønsker å benytte seg av ”produktplassering” i bildene. I stedet har KN valgt en redaksjonell linje for sine bilder. Dette gjør også at mange av bildene man har benyttet seg av er avhengig av støtte fra billedtekster eller tekst fra artikkelen. Slik som Roland Barthes beskriver det er bildene avhengige av tekst for at vi fullt ut skal kunne forstå dem. Selv bilder som taler godt i seg selv knyttes nærmere temaet når det er samsvar mellom bilde og tekst.

¹⁰⁰ KN-Magasinet 04.2011:6-7

¹⁰¹ KN-Magasinet 04.2011:6-7

5.2.6 Hva forteller et kadaver?

I billedserien er det et bilde som ikke har fått noen billedtekst. Dette bildet taler for seg selv. Konteksten vet vi fra artikkelen, men bildets uttrykk er universelt uavhengig av region eller landegrenser. Avbildet på knusktørr jord ligger restene av et utmagret dyrekadaver. Kroppen er for lengst blitt offer for åtseletere og er spredt utover. Tilbake ligger det et hode og litt skinn. Ser vi nærmere på bildet, kan vi også se at det ikke kun er ett kadaver, men det er en samling av flere dyr. Studerer vi dette bildet i detalj vil vi også kunne se antydning til at disse dyrene ikke er blitt overlatt til seg selv, men antageligvis så har dyrene blitt slaktet ned. Den døde dyreskrotten har et snitt over strupen som kan vise til en nedslaktning av buskapan. Finnes det ikke mat igjen til dyrene er det heller ingen grunn til at de skal leve. Når det er matmangel må alt benyttes.

5.2.7 Oppsummering

Artikkelen skriver om dårlige avlinger som igjen ikke gir mat. Slik sett sender artikkelen ut appell om at mat er viktig. "Målet er å hjelpe folk som trenger det nå, og samtidig sette folk i bedre stand til å takle tørken i fremtiden, siden tørke er et stadig gjentakende problem i dette området."¹⁰² KN sin tilbakemelding til givere og deres appell er å gi nødhjelp nå, men også vise at vi tenker flere langsiktige perspektiver på denne krisen. Spørsmålet er da om appellen vinner frem for langsiktig utvikling i en region når man med nødhjelp generelt kanskje bare driver brannslukning. Ut i fra tanken om brannslukning kan man også argumentere for at nødhjelp er med på å vedlikeholde de sosiale forskjellene mellom Nord og Sør. Det er en samlet verden som sier at vi må gi bistand når mennesker er i nød. Men hvorvidt den samme rungende stemmen er tilstede når det er snakk om å bidra for regional utvikling og økt velferd over et langt tidsperspektiv, er det vanskeligere å gi svar på. Artikkelen og bildene forteller en historie slik KN ønsker saken fremstilt og danner den informasjonen KN ønsker at leseren skal oppfatte. Informasjonen leseren får fra media og den informasjonen som kommer fra bistandsorganisasjonene, danner grunnlaget for vår forståelse av konflikten og krisen på Afrikas Horn. Vektfordelingen mellom

¹⁰² KN-Magasinet 04.2011:6-7

de ulike kanalene vil jeg gå nærmere inn på etter at jeg har analysert materialet som har vært publisert i mediene.

5.3 Kampanjemateriell som virkemiddel i formidling av sultkatastrofen.

Kirkens Nødhjelp utformer også eget kampanjemateriell til bruk for frivillige som har et initiativ og et ønske om å støtte. I denne formen for kommunikasjon handler det i stor grad om tilrettelegging av materiale mer enn selve gjennomføringen. Slik at KN sentralt fungerer som en kilde for informasjon og materiell, mens den faktiske gjennomføringen av ulike kampanjer er satt ut til frivillige og til medlemmer på grasrotnivå. I en slik sammenheng kan vi se hvordan KN går inn i rollen som tilrettelegger for informasjon og ikke som utøvende part. I tillegg til kampanjematerialet ønsker jeg å trekke frem en spesifikk, KN initiert kampanje "Sykle for Livet" som benytter seg av tematikken fra Kim Klein omkring bruken av spesielle arrangement. KN sitt initiativ er da rettet inn som et samarbeid med et eksisterende idrettsarrangement. I samarbeid med arrangøren jobber KN for å skape blest og mediedekning omkring sultkatastrofen.

5.3.1 Hva er og hva formidler kampanjematerialet.

Afrikas Horn kampanjen ble satt sammen på kort tid. Etter at man har fått signaler om at krisen ville utvikle seg til en katastrofe. I lys av denne utviklingen av krisen setter KN i gang en innsamlingskampanje til Afrikas Horn. Etter en uke med innsamling oppgraderer FN krisen til katastrofe og kampanjen får også mer dekning i media. Kampanjematerialet som blir produsert av KN, ble publisert på organisasjonens nettside og gjort tilgjengelig for individer og grupper som ønsket å starte egne kampanjer som har til hensikt å støtte KN sitt arbeid på Afrikas Horn.

I denne oppgaven har jeg ikke sett på hvordan materialet fysisk ble anvendt, men valgt å se nærmere på hvordan materialet som ble produsert og formidler appell og tilbakemelding i forhold til krisen på Afrikas Horn. I denne sammenheng vil

jeg se hvordan de gjør nytte av kommunikasjonsteori og billedforståelse. Samt se hvordan KN i sitt materiell skaper en dramaturgi på kommunikasjonsprosessen.

Materiellet som ble produsert til denne krisen kommuniserer i tre ulike kanaler. Det er en plakat, et banner til bruk på storskjerm og en forbønn og offerappell til menigheter. Dette materiellet legger da til rette for giverkampanje via SMS og via kontonummer. Når KN ønsker å spre sin aksjon ønsker de at den skal spres ut via brukerne. Slik sett bygges aksjonene på en flat struktur, som involverer engasjerte individer. Ved å starte egne aksjoner skal "massene" generere den nødvendige informasjonsflyten omkring krisen. For at dette skal gjøres godt trenger organisasjonen en struktur hvor forholdene ligger til rette for raskt å kunne spre informasjon. KN har valgt en struktur der det er nøkkelpersoner knyttet opp til regioner i landet. Disse er med på å spre ut informasjonen omkring KN og dets arbeid. Muligheten for å kunne laste ned kampanjemateriell fra nettet selv, er også med på legge til rette for at flere kan starte kampanjer. Det legges også ut en tillitserklæring til brukerne om å ikke misbruke organisasjonens merkenavn og rykte. KN skriver på sin nettside at de kan hjelpe deg i gang, hvis du vil starte din egen aksjon. Dette skaper en relasjon til KN, men man kan ikke anta at alle som arrangerer egne kampanjer søker hjelp hos organisasjonen. Likevel kan brukere benytte seg av KN sitt materiell. I dagens situasjon hvor KN primært jobber i tett relasjon med menigheter og kirkesamfunn i Norge i forhold til givertjeneste, er tematikken omkring økonomiske underslag lite belyst, men man kan ikke undervurdere muligheten for at det kan forekomme økonomiske underslag også i denne type kampanjer. Denne tankerekken baserer seg ikke i faktiske hendelser, men er en refleksjon jeg ønsker å ha med for å belyse at denne åpne kommunikasjonsmodellen KN benytter i dag. Denne modellen bygger på et tillitsforhold knyttet opp mot det etiske verdigrunnlaget som KN står for. Likevel mener jeg det er viktig at alle ledd i en slik kampanjesituasjon ikke blir naiv og tror at økonomisk underslag ikke kan forekomme i egen organisasjon.

5.3.2 Plakat og banner som kommunikasjonsbærer

Plakaten er det kommunikasjonsmiddelet i denne sammenhengen har lengst synlighetstid i en kommunikasjon. De kan også kan være synlig etter at selve aksjonen er ferdig. En plakat fungerer også godt som en huskelapp. En påminner om at det er noe som skjer andre steder i verden og at det er noen organisasjoner som er villige til å gjøre noe med det. Ikke minst har du mulighet til å bidra for å gjøre noe med det! Innholdsmessig er samsvarer informasjonen på både banner og plakat slik at for å unngå å få for mange repetisjoner vil jeg kun benytte plakaten som materialet for denne type kommunikasjon.

Plakaten består av overskrift, tekst, bilde og bakgrunnsbilde/farge. I denne analysen av plakaten ønsker jeg å se på plakaten som ulike lag som bygger på hverandre. Når jeg starter på det innerste laget er plakaten preget av en fiolett bakgrunnsfarge, med en mørkere tekstur. Teksturen benyttes for å sette fokus på de områdene av plakaten hvor det kommer tekstinformasjon, samtidig gjør teksturen uttrykket litt mer røft. og skittent i kantene. Kommunikasjonsmessig ønsker ikke KN å fremstille dette som en veldig rent og klinisk kampanje, men det er en kampanje preget av tørke, røffhet og at vi må bli litt "skitne på hendene"

Dette bygger oppå den fiolette fargen som er en kjernefargen i KN. Fargen fiolett inngår i den liturgiske forståelsen av kirkeårsfargene. Fiolett har en lang tradisjon i kirken og er en viktig del av kirkens symbolbruk.¹⁰³ Fiolett er i kirken blitt fargen for forberedelse, bot og sorg og den fiolette fargen er i kirkeåret nært knyttet opp til fastetiden som også er viktig for KN sitt utadrettede arbeid. Når fargen er tett knyttet opp til både kirken som institusjon og fasten som en del av kirkeåret, vil den fiolette fargen som representerer denne tidsperioden også reflektere organisasjonen og den type arbeid som KN gjør. Som organisasjon har KN et mandat gitt fra kristne kirke- og tros-samfunn i Norge. Det gjør også implisitt at man også får denne gruppen i samfunnet som målgruppe i det arbeidet som gjøres i KN. Historisk sett har KN en forankring i den lutherske

¹⁰³ Retningslinjer for liturgiske farger, Lastet ned: 26.03.2012
<http://www.kirken.no/?event=downloadFile&FamID=180732>

kirke, selv om denne identitetsforankringen er blitt utvidet ettersom kirkesamfunn i Norge er blitt mer samlet i økumenisk arbeid.

Overskriften på denne plakaten er både emosjonell og informativ. "Hjelp de tørkerammede på Afrikas Horn."¹⁰⁴ Det er lagt fokus på Hjelp og også delvis Afrikas Horn. Hva kommuniserer dette? Denne setningen være med på å kommunisere en distanse. Både geografisk, men også kulturelt og materielt. Indirekte kan en slik fremstilling sett her, være med på å opprettholde en forskjell mellom ulike kulturer uten at det er intensjonen med kampanjen. Dette gjelder ikke bare i ordlyd, men også i hvordan man fremstiller setningen visuelt på en plakat. Ved å sette fokuset på hjelp Afrikas Horn har man raskt skapt en forutsetning om at mennesker i denne regionen ikke er eller har vært i stand til å ta vare på og forvalte sine resurser på en riktig måte. "De tørkerammede" brukes som beskrivende ord for de mennesker som er direkte påvirket av katastrofen. Behovet for hjelp kontekstualiseres i å gi penger til nødhjelp til gruppen mennesker som er rammet av katastrofen. Appellen om å gi støtte til nødhjelp kan samsvare med at det er enklere å lage innsamlingsaksjoner som tar sikte på innsamling til nødhjelp. Det finnes få gode svar på hvorfor vi ser denne utviklingen av innsamling av penger til nødhjelp versus langsiktig utvikling. Et mulig svar for denne utviklingen kan ligge i den historiske og imperialistiske tankegang som har vært og delvis er en del av vestlige samfunn.

Hva er det som skiller informasjonen på plakaten fra den informasjonen vi får i KN-magasinet? Innholdsmessig bygger både plakaten og magasinet på samme informasjon. Men formatet gjør at KN i plakatens tilfelle må spisse budskapet mer. For at budskapet skal kunne nå ut til mottagerne må innholdet være konkretisert på en slik måte at budskapet blir forstått. Dette utgjør den største forskjellen mellom magasinet og plakaten. Der magasinet har mulighet for å utdype og informere leseren, skal plakaten skape det samme engasjementet med få ord. Dette gjør at plakaten i større grad må være kommersialisert i form av den teksten som KN benytter. Skillet mellom magasin og plakat er mindre når

¹⁰⁴ Afrikas Horn Plakat, Lastet ned: 26.03.12
<http://www.kirkensnodhjelp.no/PageFiles/14531/Plakat%20A3.pdf>

det gjelder billedbruk. Ut i fra det materialet som fremlegges til denne kampanjen er billedbruken informativ og ikke personkrenkende. Dette er en etisk linje som KN som organisasjon har valgt å følge. Respekt for individet, samt og vise bilder med verdighet har vært viktig i et landskap som tidligere har vært preget av biafrabarn og ødelagte samfunn. KN representerer på mange måter motsatsen til denne bevegelsen og ønsker å fremstille en annen vinkling på katastrofen. Spørsmålet en må stille seg i en slik sammenheng både i forhold til magasin og til bilder på plakat er hva som gir det mest realistiske bildet av det som skjer blant de sultrammede. Således må bistandsorganisasjoner som KN forsøke å gi et mest mulig sannferdig uttrykk uten å bevege seg mot den ene eller den andre ekstreme siden.

Informasjonstekstene denne plakaten fremstiller er de faktiske forholdene slik de er i regionen. Det er hvert å merke seg at de landene som blir beskrevet i KN sine annonsetekster, er de områdene hvor KN driver nødhjelpsarbeid. Således representerer ikke annonsen hjelp til hele regionen, men det er lagt et fokus på Kenya, Etiopia og Somalia, som er de områdene som er hardest rammet. Det vil i denne sammenheng være en riktig fremstilling av katastrofen med tanke på at de store flyktningeleirene ligger i Nord-Kenya, og i Sør-Etiopia. I følge plakaten er så mange som ti millioner mennesker rammet av sultkatastrofen. Dette tallet ble senere oppjustert til 13 millioner i andre publikasjoner og viser både KN startet kampanjen på et tidlig tidspunkt, men også hvordan katastrofen utvikler seg utover i tidsperioden.

Tekstmessig er det et ord som går igjen i denne plakaten. Hjelp står som et nøkkelord i teksten og omtaler personer både i tredje person. "Hjelp de sultrammede." ¹⁰⁵ Ser vi dette i motsetning til KN magasinet "Drepende Tørke"¹⁰⁶, har det blitt vektlagt et mer subjektivt perspektiv i plakaten budskap. I tillegg er appellen om hjelp adressert ut til leseren. "Den drepende tørken", er et informativt budskap som gir giverne tilbakemelding om situasjonen slik den er på Afrikas Horn nå. Videre kommer plakaten med en oppfordring og appell

¹⁰⁵ Afrikas Horn Plakat 26.03.2012

¹⁰⁶ KN-Magasinet 04.2011

om at "10 millioner mennesker trenger hjelp nå! Før man avslutter med; "Hjelp oss å hjelpe!"¹⁰⁷ Den avsluttende setningen, reflekterer den mediestrategien som Tønnesen nevner i sin forskning. KN kan være en tilrettelegger for individets ønske om å bidra, ved at KN utfører bistanden på en måte som gjør at individet for følelsen av tilknytning til organisasjonen og kampanjen. Det er individets innsats som gjør at organisasjonen kan utgjøre en forskjell. Plakatens budskap presenterer appell om hvorfor individet skal hjelpe til. Det er et akutt behov for hjelp til over 10 millioner mennesker. Millioner av mennesker gjør at vi ikke lenger kan se på dette som et individuelt nødhjelpsinitiativ. Vi trenger en organisasjon til å organisere og distribuere nødhjelpen. Det er på dette punktet KN i denne annonsen gir oss en troverdighet ved å si at vi er der med mat og vann, "hjelp oss å hjelpe."¹⁰⁸ Hovedargumentet til KN kan være at vi har et eksisterende initiativ i regionen og støtter dere oss vil hjelpen raskt komme frem.

Dette gjenspeiles også i innsamlingsmetodene KN har valgt å nyttiggjøre seg av for denne kampanjen som helhet. Formålet ved å tilrettelegge for SMS donasjoner er enkelheten som ligger i denne teknologien. I følge Norsk mediebarometer 2011, har 96% av landes befolkning tilgang til en mobiltelefon.¹⁰⁹ Dette gjør steget for å engasjere seg i et engangstilfelle lettere. Fordi KN i denne sammenheng appellerer til engasjement for nødhjelp, er målet til KN kun å samle inn så mye penger som mulig. Men KN bygger ikke den relasjonen til giverne som gjør at vi skaper et eierforhold til organisasjonen og således danner trygge inntektsgrunnlag. I denne sammenheng er det sultkatastrofen som vi samler inn til. KN er bare en kanal og en forvalter av den økonomiske hjelpen som blir innsendt. KN ønsker å bygge sin troverdighet og merkevare ved å merke alle sine publikasjoner med egen logo, men også med logoen fra Innsamlingskontrollen.

¹⁰⁷ Afrikas Horn Plakat 26.03.2012

¹⁰⁸ Kirkens Nødhjelps Kampanjeplakat, Lastet ned: 27.03.12

<http://www.kirkensnodhjelp.no/Engasjer-deg/gjor-en-forskjell/Start-aksjon/>

¹⁰⁹ Norsk Mediebarometer 2011, Lastet ned:27.03.2012.

<http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

Innsamlingskontrollens formål er å ivareta allmennhetens interesser i at innsamlinger til humanitære, kulturelle og religiøse formål m.v. organiseres og gjennomføres på en betryggende måte og at forvaltningen av midlene er forsvarlig.¹¹⁰

KN bruker innsamlingskontrollen som en garanti for at det arbeidet som KN gjør er av en slik karakter at forvaltningen av givernes ressurser foregår i ordnede former. Denne IK-merkingen benyttes gjennomgående på KN sine innsamlingspublikasjoner og skal være beviset at denne organisasjonen er seriøs når det er snakk om innsamling av penger. Dette reflekteres også i KN sin åpenhet omkring de innsamlede midlene og at alle kan få tilgang til disse dataene.

Jeg har bevisst valgt å analysere bildet på denne plakaten til slutt. Grunnen for denne tanken var å fremheve hva teksten selvstendig sier før jeg setter tekstene i sammenheng med bildet som er KN har valgt å bruke i denne kampanjen. Slik jeg har beskrevet når vi ser likheter og forskjeller mellom plakat og magasin, er bildets uttrykk i samsvar med den etiske billedforståelse som KN har. Som organisasjon har KN basert seg på å fremstille bilder med verdighet, utvikling og fremgang. Motivet som er avbildet på denne plakaten er et lite barn som med hjelp fra sin mor får drikke vann av en flaske. Bildet satt inn i tid og rom, forstått ut i fra Barthes tanke beskrevet i kapittel 5.2.2, viser en kontrast mellom de som får mulighet til å få vann og de som er tørkerammede. Samtidig viser bildet et av kjerneområdene for den virksomhet KN arbeider med. Det en kan spørre seg er om denne plakaten kommuniserer et helhetlig bilde av situasjonen. Svaret på en et slikt spørsmål vil sannsynligvis være nei. Høyst sannsynlig vil man aldri fullt ut kunne kommunisere et helhetlig bilde av en situasjon i plakatens format. Ser man plakaten i sammenheng med Susan Sontags forståelse av fotografi så gir denne plakaten også bare en del av virkeligheten, sett via avsenderens øyne. Grunnen for at man velger en mer spesifikk og spisset kommunikasjon, bygger på hva som vil være ønsket resultat av å ha en slik plakat. Med det uttrykket som er beskrevet i denne analysen, er hensikten med denne plakaten er å skape

¹¹⁰Fakta om Innsamlingskontrollen: Lastet ned: 30.03.12
http://www.innsamlingskontrollen.no/xp/pub/topp/innsamlingskontrollen/om_innsamlingskontrollen/index.html

engasjement som forhåpentligvis ender opp i handling. Når dette er målet, vil utformingen av materialet også være preget av hensikten og en kan derfor ikke forvente at organisasjoner skal gi et fullstendig helhetlig bilde av situasjonen i dette formatet. I stede kan vi kanskje forvente at det bildet som bistandsorganisasjoner gir, sammen med mediene vil skape et helhetlig og nyansert bilde av den reelle situasjonen. Vi blir bedt om å hjelpe, men får bare se dem som har blitt hjulpet. Den informasjonen som KN lager kan hvis man ikke ser det i sammenheng med nyhetsbildet, tolkes som en skjev og lite reell fremstilling av katastrofen. Fra dette perspektivet står KN i en avhengighetsrelasjon til media i forhold til hva som publiseres. Det kan virke som at bistandsorganisasjonene selv ønsker å fremstå som en motvekt til det bildet som blir presentert i media, for så å kunne skape et mer nyansert og helhetlig bilde av katastrofen. Hvordan mediene fremstiller krisen vil jeg komme tilbake til i neste kapittel i ekstern medieanalyse.

5.3.3 En offerappell til bruk i kirker og menigheter

I denne avhandlingen har jeg valgt å fokusere mest på de elementene i den interne kommunikasjonen som har en målgruppe som går forbi aktiviteter i kirker og menigheter. Men fordi offerappellen er en kommunikasjonskanal som også står for en del av de innsamlede midlene vil jeg gjøre noen refleksjoner omkring nøkkelsetninger i appellen og i bønnen.

Kirkens Nødhjelp nå jobber på spreng for å distribuere mat til over 30 000 mennesker i områdene som er aller hardest rammet. Det er viktig for oss som kirke og enkeltpersoner å huske på våre søstre og brødre i forbønn og engasjement.¹¹¹

I KN sin offerappell kan vi se antydninger til en annen stemme enn hva vi til nå har sett i den interne informasjonen. Der jeg tidligere har kunnet antyde en distanse mellom oss og dem endrer KN i offerappellen sitt språk til et mer kirkelig uttrykk. Vi må nå huske på våre søstre og brødre i forbønn og engasjement. Uttrykket om den verdensvide kirke og at vi står sterkt knyttet

¹¹¹ Offerappell for katastroferammede på Afrikas horn. Lastet ned: 27.03.12
<http://www.kirkensnodhjelp.no/Engasjer-deg/gjor-en-forskjell/Start-aksjon/>

sammen er mer synlig i denne konteksten enn i annen intern informasjon som gis ut. Når tallene blir presentert i offerappellen står man også ovenfor mer håndterbare tall. KN jobber for å distribuere mat til 30 000. Dette er en spesifisering som ikke kommer tydelig til syne i annet materiale hvor KN opererer med tall fra 10-13 millioner tørkerammede. Kommunikasjonsmessig vil det i en lokal kirke være mer håndterbart og beskrive en folkegruppe på tretti tusen, enn å skape giverglede når behovet gjelder millioner av mennesker.

5.3.4 I forbønn for Afrikas Horn.

KN utarbeidet også et forslag til forbønn, basert på forbønns liturgien i den norske kirke i oppbygning og tar for seg en mer teologisk tilnærming. Jeg kommer ikke til å gå inn i dette fra et teologisk perspektiv, men ønsker å se hva det er en slik bønn kommuniserer.

Gud, vi roper til deg i vår nød!
Vi ber for de mange som er rammet av tørke i Somalia, Kenya og Etiopia.
Gi utholdenhet og styrke til de som har mistet alt.
Beskytt de sårbare, gi styrke til de som har mistet sine nærmeste eller sitt hjem.¹¹²

Den første setningen som omtales i bønnen tar for seg at vi roper til Gud i vår nød. Sett i lys av denne konteksten, må bønnen være formulert som at vi som søstre og brødre står sammen i den nød som foregår på Afrikas Horn. Men sett kommunikasjonsmessig vil denne bønnen eller appellen for mange starte som en abstraksjon man ikke kjenner til i det daglige livet i Norge. Det er tankene omkring hva som er nød, som kan være med på å gjøre denne bønnen mindre effektiv enn hvis man hadde valgt et annet uttrykk. Men det må også presiseres at denne bønnen er formulert etter de retningslinjer man finner innenfor kirkerommet og at det således kanskje ikke vil fungere like godt som en bønn i en profan kontekst. Videre går bønnen inn på en omsorgstanke om at Gud må verne om sitt folk.

¹¹² Offerappell for katastroferammede på Afrikas Horn. Lastet ned 27.03.12

Vi ber for Kirkens Nødhjelp og andre som nå er i gang med katastrofearbeidet. Hjelp oss å dele våre ressurser, til å forplikte oss til kjærlighet og medfølelse, og til å gjenkjenne Guds ansikt hos hvert eneste menneske som lider. ¹¹³

Det ligger en appell i denne bønningen om at vi som givere må dele og forvalte godt om våre ressurser. På en slik måte vil vi vise nestekjærlighet. Det er lagt inn som en del av bønningen at man ber for de utøvende aktørene. I en kirkelig sammenheng handler det om mer en forvaltning av ressurser, men det er også å verne om hver enkelt utøvende part. For organisasjonen er det viktig å vise at man fremstår både kirkelig og diakonal. Ved at vi har med trosaspektet og at det finnes menigheter, kirker og enkeltpersoner som bruker tid i bønn, er dette med på å styrke KN som organisasjon i det arbeidet og det mandatet som de er satt til å forvalte.

5.3.4 Oppsummering

All intern kommunikasjon som blir produsert av KN er ment å arbeide mot samme mål. Hensikten for både magasin, plakat og offerappell er å formidle appell og tilbakemelding til sine givere. Spørsmålet en kan stille seg i en slik sammenheng vil være om KN klarer å oppfylle målene om appell og tilbakemelding i den informasjonen som de distribuerer. Meningsinnholdet i de ulike fremstillingsmåtene som er presentert i dette kapitlet er på mange måter likt. Organisasjonen formidler ikke ulike budskap i ulike kanaler, men holder kjernen i budskapet likt. Ser man på konteksten i tid og rom, vil man i større grad se ulikheter som kan gjøre at uttrykkene blir annerledes. En plakat vil og bør ikke se ut som ett magasin, og et magasins innhold bør ikke være formulert som en forbønn til bruk i kirken. De litterære formene er tilpasset ulike kontekster og da må også formen KN presenterer budskapet i reflekteres av hvilke kontekst vi opererer innenfor. Går jeg inn i de enkelte fremstillingsmåtene må vi også forsøke å forstå hva som er den grunnleggende hensikten med hver enkelt publikasjon. Plakatens formål er å skape engasjement og appell, mens magasinet gir rom for tilbakemelding og refleksjon. All informasjon som blir kommunisert

¹¹³ Offerappell for katastroferammede på Afrikas Horn. Lastet ned 27.03.12

må forsøkes å bli forstått ut ifra den hensikt og den kontekst avsenderen har satt det inn i. Da vil innholdet være samlende, og presentasjonen av innholdet være kontekstualiserende.

5.4 Sykle for livet.

Dette kapitlet vil i korte trekk ta for seg et spesifikt arrangement initiert av Kirkens Nødhjelp i samarbeid med Birkebeiner sykkelritt. I sammenheng med dette rittet laget KN et opplegg kalt "sykle for livet" Med en utfordring lagt ut på sosiale medier og i samarbeid med Birkebeiner arrangørene motiverte KN utøvere til å bli sponset for å sykle rittet. På den måten ville man være med på å donere penger til sultkatastrofen på Afrikas Horn. Med seg som ambassadør for dette opplegget hadde KN fått en avtale med Jon Almaas, programleder på NRK, og Anders Hovdenes som er profesjonell syklist til å være med å promotere KN sin kampanje ved å sykle med trøyer som belyste kampanjen. Denne kampanjen var en del av det spontane katastrofearbeidet som KN gjorde i forhold til katastrofen. I etterkant av dette arrangement, ble det i evalueringen antydnet at KN ikke oppnådde de resultater som kanskje var forventet. Men de samlet inn et beløp rundt kroner 17 000,-

5.4.1 Mer enn penger

For denne analysen er det ikke kroner og ører som vil være det essensielle. Men dette spesielle arrangementet er et eksempel på en kommunikasjonsstrategi vi ikke nødvendigvis aktivt benytter oss av så ofte i Norge, men som er vanlig i eksempelvis USA. Jeg vil forsøke å belyse dette arrangementet i lys av Kim Kleins bok "Fundraising for Social Change". Forsøket er å belyse den strategien som KN muligens indirekte benyttet seg av. Nødvendigvis generer ikke denne modellen store resultater i kroner og øre, men at de skaper oppmerksomhet omkring egen organisasjon og eget arbeid i så måte at man kan på sikt bygge opp en større fast giverbase. Den markedsføringen KN gjør i et slik tilfelle kan være med på å styrke organisasjonen over tid, i stedet for at KN får enkelt donasjoner.

For å kunne utnytte arrangement som KNs sitt "Sykle for livet", vil det være nyttig i forkant å vurdere hva som er hensikten med arrangementet. Er det økonomisk støtte KN vil oppnå, må man gå aktivt ut å spørre om å få penger. Er det å skape bevissthet omkring situasjonen kan det økonomiske aspektet tones ned. Men en forståelse for hva som er ønskelig utfall vil være med på å sette rammene for hvordan man skal markedsføre og "selge inn" en slik type arrangement.

Ut fra perspektivene til Klein kan formålet være å øke bevisstheten blant utvalgte målgrupper i samfunnet omkring egen organisasjon eller en spesifikk kampanje som i dette tilfellet er Afrikas Horn.¹¹⁴ Oppnår KN som organisasjon mer publisitet omkring egen organisasjon eller omkring kampanjen særskilt ved å være tilstede på dette arrangementet? Noen målbare tall på dette har jeg dessverre ikke tilgang til. Det ville i sammenheng med slike arrangement vært interessant å målt om det er noen økning i oppmerksomhet og engasjement for kampanjen i etterkant. Det som man måler er gaver i form av innsamlede midler. Dette representerer bare en side av kampanjen og således vil vi ikke kunne vurdere kampanjens effekt alene ut fra det økonomiske perspektivet, men vi må også se dette i lys av egenpublisitet og forventet økt engasjement, omkring organisasjon og tema. Ved å øke KN sin synlighet i samfunnet kan man på sikt være med på å skape nye givere som gir ny kapital vil Klein hevde.

Hvilke hensikter KN la til grunn for å initiere samarbeidet med arrangøren av Birkebeinerrittet har jeg ikke gått inn på. Når jeg ser på dette ut i fra et teoretisk perspektiv kan det skimtes en forskjell mellom KN sin intensjon og resultatene som kom ut av arrangementet. Likevel vil jeg hevde at hvis man bare har fokusert på inntektene inn til aksjonen i forhold til dette arrangementet har KN ikke forstått hele bildet. Den publisitet KN har fått ved å få mediedekning i bruken av kjente personer og det å markedsføre seg i en setting hvor normalt ikke bistandsorganisasjoner opererer kan man være med på å bygge fremtidig engasjement og givere. Forstått slik gir KN retningen man ønsker organisasjonen

¹¹⁴ Klein 2011:103

skal ha i fremtiden.¹¹⁵ Sett fra et slik perspektiv er denne kampanjen et mønstereksempel på Klein sin fremstilling av spesielle arrangement for å skape publisitet.

5.5 Oppsummering

Spesielle arrangement og initiativ som blir satt til liv i en katastrofeperiode mister tiden i forkant til å reflektere over målsettingene og hensikten med arrangementet. Det overordnede målet i denne situasjonen er å hjelpe de tørkerammede på Afrikas Horn. Rent økonomisk kan vi tenke at et sykkelritt på størrelse med birkebeiner rittet bør kunne generere mye penger. Kanskje er det sammenhengen mellom ønsket om penger og illusjonen, at alle ønsker å gi som var motivasjonen for at KN stiller med stand og eget opplegg på sykkelrittet. Slik sett kan KN i etterkant si at hensikten tjente det gode, men resultatene stod kanskje ikke opp til forventningene. Men fra et kommunikasjonsperspektiv sett i lys av Kleins bok, er dette et riktig og verdifullt grep som KN gjorde muligens uten bevisst hensikt.

I dette kapittelet har jeg valgt å legge frem noen sentrale deler av KN sin interne informasjonsstrøm med fokus på Afrikas Horn kampanje. Det som preger KN sin informasjon er hvordan de kontekstualiserer budskapet til ulike kanaler. Det er et underliggende fokus mot hvilke målgrupper man ønsker å nå ut til og KN tilpasser både informasjon og kommunikasjonsprosessene til kontekstene. KN benytter seg også av de kulturelle kodene som har aksept i ulike deler av befolkningen. En slik spissing av informasjonen skaper således også et nærere og tettere bånd mellom giver og organisasjonen samtidig som en slik spissing kan for noen føles ekskluderende. I dette ligger utfordringen til å balansere mellom appell og tilbakemelding for at givere skal føle seg tilfredsstillt.

¹¹⁵ Klein 2011:106-109

6.0 Ekstern medieanalyse – Trykte medier

I dette kapittelet vil jeg se nærmere på det eksterne materialet kontekstualisert i de trykte mediene. Videre i kapittel syv og åtte kommer jeg tilbake til radio og TV mediet. Denne strukturen benytter jeg for å presentere en mer oversiktlig fremstilling av materialet i den eksterne analysen.

Mediene står for det andre perspektivet i fremstillingen av sultkatastrofen på Afrikas Horn, 2011. I den interne informasjonen som gis av KN kan vi se at man forholder seg til utviklingsperspektivet i fremstilling av materialet hvor KN fokuserer på de sidene av realiteten som ofte ikke kommer godt til syne i mediebildet. KN som bistandsorganisasjon har også en rolle i samspillet med media. Det er ikke slik at mediene sitter på den ene siden og danner seg sitt bilde av katastrofen, mens bistandsorganisasjoner representerer et annet syn. Hvis en benytter seg av dramaturgiperspektivene som ble redegjort for i kapittel fire, kan vi plassere KN inn i en rolle som formidler av manuset og informasjonen. Rollen som forfatter bak mye av den informasjonen som mediene får tilgang til er nettopp blitt gitt av organisasjoner som arbeider direkte med denne krisen. Men det ikke opp til KN og andre bistandsorganisasjoner, hvordan mediene skal dramatisere og formidle budskapet til oss som mottagere. Derfor kan vi også se avvik mellom budskapet organisasjoner selv formidler og det som formidles i mediene. Appellen media blant annet presenterer går ut på at vi som medlemmer av det norske samfunn bør kunne bidra til å lette på forskjellene mellom Nord og Sør. Vi kan hjelpe ved å yte nødhjelp til de som trenger det nå mer enn noen gang.

Hvordan fremstiller trykte medier krisen? Skal man forstå media sin rolle ut i fra KN sin interne informasjon. Har mediene har fått ansvaret for å formidle den reelle og brutale historien. For å vise oss de virkelige bildene og gi oss den oppdaterte fortellingen. Jeg vil i første del av denne oppgaven se nærmere på hvordan trykte medier går frem for å skape publisitet omkring denne sultkatastrofen. For å kunne se nærmere på dette nå i ettertid har jeg forsøkt å gjøre nytte av teoretiske modeller hentet fra dramaturgien, omkring

oppbygningen av et teaterstykke. Tanken bak en slik fremgangsmåte ovenfor mediebildet er å se hvordan skrevne medier, muligens uten hensikt kan være med på å bygge en dramaturgi som vi således kan se etter at katastrofen er over. Det kan tenkes at denne typen dramaturgi ikke er spesifikk for denne katastrofen, men at det er et virkemiddel i mediebildet uten at vi gjør tanker omkring det. Det er denne oppbygningen av enhver sak som kan være med på og avgjøre hvorvidt vi som lesere blir påvirket til å støtte en sak eller ikke. Jeg ønsker i denne analysen å dele opp materiale ut ifra de ulike mediekanalene hvor de er presentert. Slik at trykte medier blir adskilt fra radio og TV. Videre ønsker jeg å se på det trykte materialet fra et kronologisk perspektiv, hvor det er utviklingen i tid og dramaturgi som preger forståelsen av materialet.

Tanken omkring det å benytte dramaturgiforståelsen i en kronologisk fremstilling av krisen bygger på en forståelse av kommunikasjon som grunner i Shannon og Weavers kommunikasjonsteori. Deres teori ser på kommunikasjon som overføringen av budskap.¹¹⁶ Kommunikasjonsmodellen til Shannon og Weaver legger premissene i en kommunikasjonsprosess. Således vil også den måten mediene kommuniserer med samfunnet på være av stor viktighet for organisasjoner som ønsker å påvirke samfunnet. Skal organisasjoner som KN appellere til mediene og samfunnet må de kontekstualisere sin kommunikasjon på en slik måte at den informasjonen KN sitter med vil være relevant for mediene. Finner media egenverdi i budskapet vil dette være utfyllende informasjon til individers egen kunnskap på tematikken og området.

6.1 Frekvens og dramaturgi i mediene

Ulike medier har ulik frekvens i hvor ofte vi benytter oss av dem og også hvor lang holdbarhet budskap har i ulike medier. Da jeg samlet inn materialet observerte jeg at størsteparten av materialet om sultkatastrofen på Afrikas Horn befant seg i skrevne artikler. Det er derimot ikke synonymt med at trykte medier er det mediet hvor kommunikasjonen har fungert best. Kommunikasjonen i trykte medier krever leserens oppmerksomhet for å kunne tolke og forstå

¹¹⁶ Fiske 1990

meningsinnholdet. Dette vil i større grad være tilrettelagt i medier som radio og TV. Når jeg forsøker å se disse sakene i sammenheng med dramaturgi-perspektivet er det for å forstå hvordan avsenderen forsøker å skape et bilde som vekker noen emosjonelle sider i individet.

Som jeg utdypet i teorikapittelet bygger jeg forståelsen av dramaturgien på det klimatiske eller det aristoteliske plott¹¹⁷ Tanken om hvordan en fortelling er bygd opp av plott som veileder leserne gjennom historien. I denne analysen foregår historiefortellingen over en lengre tidsperiode og med hele mediebildet som aktører for å skape historien og det bildet vi leser, tolker og forstår. Hensikten med å gjøre en slik analyse er også å se på hvordan KN får kommunisert appell og gitt tilbakemelding, kontekstualisert via eksterne medier og hvordan mediene benytter seg av dramaturgiske prinsipper i formidlingen av krisen for å skape mer interesse. Både for å høyne kunnskapen blant allmuen, men også for å selge nyheter over en lengre tidsperiode.

6.2 Kampanjestart og redegjørelse- *Protasis*

Denne medieanalysen følger Kirkens Nødhjelp sin kampanjeperiode og den første artikkelen jeg har valgt å benytte meg av i denne analysen gir et overblikk om situasjon på Afrikas Horn. I dramaturgien ville man benyttet ordbruken *anslag* eller uttrykket *protasis* som omtaler den perioden hvor de sentrale delene av en historie eller sak blir gjort rede for.¹¹⁸ Protasis defineres som starten på et drama, slik det er forstått i det romerske dramaet. Norsk Telegrambyrå publiserer den første beskrivelsen av situasjonen på Afrikas Horn: "Som en ond spiral har konfliktsituasjonen i Somalia gitt tørkekatastrofen en ekstra dimensjon, og med en kollapset infrastruktur blir omfanget av tørken enda større enn den kunne ha vært."¹¹⁹

Majoriteten i Norge vil sannsynligvis ha mindre kjennskap til situasjonen på Afrikas Horn ut over den informasjon man får tilegnet seg via mediekanaler og

¹¹⁷ Chemers 2010

¹¹⁸ Chemers 2010:84

¹¹⁹ NTB Trykk, 14.07.2011

organisasjoner som er aktive i området. Forskjellen mellom organisasjoner og mediekkanaler er behovet for delaktighet fra lesernes side. Fordi media brukes til allmenndannelse mer enn hva organisasjoner vektlegger, vil muligens også informasjonsflyten fra en mediekkanal nå bredere ut enn en organisasjon. Slik sett gir utdraget fra NTB trykk et innblikk i hvordan vi skal tolke situasjonen som skjer på Afrikas Horn. Det første som teksten viser er hvor mye mer kompleks enn bare en sultkatastrofe denne krisen er. Sultkatastrofen er bare en utløsende faktor for et internasjonalt engasjement. Dette er et resultat av konflikter og en manglende internasjonal respons over lengre tid.

Artikkelen beskriver en situasjon hvor faktorer som mangelen på myndighetsgivende makt, den kollapsede infrastrukturen og militsgruppers posisjon i landet har vært forhindrende elementer i en utviklingsprosess. Bakteppet for dagens Somalia, blir beskrevet i artikkelen med røtter tilbake til uroligheter på starten av 1990 tallet. Videre tar artikkelen for seg utfordringene somaliere får som resultat av at de står i en matmangel situasjon. Mangelen på mat gjør at mennesker må flytte til andre områder hvor det enten er flyktningleirer eller til områder innad i Somalia der det er bedre forhold til å leve. Ser man på dette under ett vil man forstå at en slik migrasjon både internt i landet, men også til landene omkring, vil gi en ekstra belastning på allerede belastede biotoper. Vi vil se en økning i antall mennesker som kommer til flyktningleirene, dette skaper en større risiko for spredning av sykdommer og epidemier. Atle Sommerfeldt, generalsekretæren i Kirkens Nødhjelp uttaler: "Skal vi forhindre at situasjonen utvikler seg til en akutt sultkatastrofe, må verdenssamfunnet komme med et betydelig beløp, sier Sommerfeldt"¹²⁰

Sommerfeldt forventer en reaksjon fra det internasjonale fellesskapet og går preventivt ut og bekrefter at behovene i denne regionen er store. For at verden skal unngå å se krisen bli verre kreves det innsats fra de landene i verden som har ressurser til å utgjøre en forskjell ovenfor den rammede region. I Sommerfeldts uttalelse er det fortsatt et håp om at vi skal kunne avverge det som kan bli en av de verste sultkatastrofene på 60 år. For at vi i det hele tatt skal

¹²⁰ NTB Trykk, 14.07.2011

kunne komme til dit, krever det at vi får like mye i bidrag fra en samlet verden som vi så under responsen til jordskjelvet på Haiti i 2010.¹²¹

Likevel blir denne katastrofen fremhevet som annerledes enn jordskjelvet. Ut i fra et innsamlingsperspektiv stilles det større krav til organisasjoners kommunikasjon i formidlingen av alvoret av en slik krise. Fordi en slik type krise utvikler seg over tid blir det vanskeligere å generere samme respons som man får ved en rask og brutal krise.¹²²

Denne artikkelen rundes av med en appell som henviser til noe viktigere og større en nødhjelp. For bistandsorganisasjonene er det viktig å se på bistanden tosidig, ved å følge opp både langsiktig utvikling og nødhjelp. Den spesifikke krisen avgjør hvilke virkemidler vi må sette inn for å få kontroll over situasjonen. Målet for enhver organisasjon og stat bør være å gjøre mennesker bedre utrustet til å møte fremtidige katastrofer og begrense behovet for nødhjelp. Utviklingen av samfunn står i kontrast til det stadige behovet for nødhjelp. Røde Kors er en av organisasjonene som presiserer at det er ingen fremtid i å levere ut nødhjelp. I stede må hjelpe til med en alternativ levemåte som gjør de rammede mer utrustet til å møte krisen når den kommer.¹²³

Ser vi på artikkelen slik den er presentert her i retrospektiv. Danner dette den første fasen, *protasis*, i dramaturgien. Det at vi nå for innblikk i hva som skjer er med på å utruste oss til å gjøre fornuftige valg. Vi får ta del i den informasjonen som ligger til grunn for at vi som givere og som medlemmer av det norske samfunn skal kunne gjøre reflekterte handlinger. KN sin appell i denne fasen av krisen er å bevisstgjøre og utruste leserne til å bli delaktige.

Hvem er det som er målgruppen for en slik type tekst? Tilgjengeligheten tilsier at tekstens målgrupper er alle grupperinger i samfunnet som har tilgang til medienes kanaler. Slik går appellen ut til både folk og stat. Fordi staten er bygget

¹²¹ UD Pressesenter 10.11.2010: "Jordskjelvet i Haiti; Sprøsmål og svar" Lastet ned: 20.02.12
http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/aktuelt/nyheter/2010/haiti_hjelp.html?id=590304

¹²² Skjeseth, Trellevik, Solberg, Dagsavisen, 22.07.2011

¹²³ NTB Trykk, 14.07.2011

opp av mennesker vil konteksten i stor grad muligens være rettet mot individet. Budskapet organisasjonene ønsker å formidle er: "Tiden for handling er nå!"¹²⁴

I en periode hvor Norge er i feriemodus er det vanskeligere å generere støtte til en slik krise, når den også utvikler seg sakte er det også interessant å se hvordan ulike bistandsorganisasjoner angriper problematikken omkring denne krisen. Leserne har vi fått informasjon om hvordan situasjonen er på Afrikas Horn. At det er en bevegelse i negativ retning hva angår utviklingen i denne regionen. Likevel ser vi at det finnes organisasjoner som velger å vente med sin innsamlingsinnsats i håp om å generere mer penger.

Det er full ferietid i Norge, og mediedekningen har vært så som så. Redd Barna regner med å starte en storstilt innsamlingsaksjon om tre til fire uker. Da vil folk være tilbake fra ferie, mediene vil bruke mer plass på krisen, og katastrofen vil etter alt å dømme være ytterligere forverret, sier markedssjef i Redd Barna, Tove Lund.¹²⁵

Dette utdraget omhandler ikke direkte KN, men til den underliggende holdning relatert til innsamling i bistandsbransjen og deres tette relasjon til mediene generelt. En kan se effekten av samspillet mellom bistandsorganisasjoner og mediene som blir gjort målbart når de oppnår størst appell og setter fokus på hva vi som befolkning skal bli opptatt av. Formålet med slike samspill er å skape appell og engasjement som munner ut i økonomiske bidrag, i tillegg til å gi tilbakemelding fra Afrikas Horn. Denne tilbakemeldingen vil igjen være med på å øke individens giverglede. Når bistandsbransjen nå er aktivt inne i regionen, men likevel velger å vente med sine markedsføringskampanjer til det tidspunktet hvor krisen vil ha større utløsende effekt blant giverne. Dette skaper ikke nødvendigvis de rette konnotasjonene hos giverne. Hjelpeorganisasjonene beskriver at det er vanskeligere å generere penger i innsamlingsaksjoner til slike saktegående kriser, sammenlignet med de raske og brutale katastrofene.¹²⁶ Det kan virke som saktegående kriser må oppjusteres til å bli hungersnød og bli større i omfang før de når medienes lys. Først på dette tidspunkt blir alle bevisst

¹²⁴ Opseth, H, "sultkriser i kø" Lastet ned: 28.03.2012 <http://www.bistandsaktuelt.no/nyheter-og-reportasjer/arkiv-nyheter-og-reportasjer/sultkriser-i-k%C3%B8>

¹²⁵ Skjeseth, Trellevik, Solberg, Dagsavisen, 22.07.2011

¹²⁶ Skjeseth, Trellevik, Solberg, Dagsavisen 22.07.2011

at sultkatastrofen er meget alvorlig.¹²⁷ Dette er en situasjon som både av medier, stat og bistandsorganisasjonene selv burde se på som alvorlig. For selv om bistandsorganisasjoner på et tidlig stadium varsler om en kommende krise¹²⁸ kan det for leseren virke som at organisasjonene ikke gjør noe aktivt før man har oppnådd et visst dramatisk nivå. Det fremstår lite klart hvorfor noen bistandsorganisasjoner velger denne strategien for å gi oss som mottagere et forverret bilde. Når man på et tidligere stadium kunne ha grepet inn og redusert omfanget av krisen. En konsekvens av en slik krisemaksimering kan være mindre giverglede og mer likegyldighet, fordi man aldri kommer inn i en saktegående katastrofe på et tidlig nok tidspunkt til å kunne avverge situasjonen. I stede bygger bistandsbransjen opp under en kultur skapt på avhengighet av nødhjelp. Således vedlikeholder organisasjonene poenget om at nødhjelp blir et evigvarende prosjekt, hvis man ikke vil satse mer på langvarig bistand og utvikling av samfunn.¹²⁹ Atle Sommerfeldt skisserer hvordan man som bistandsorganisasjoner må organisere hjelpen: "Internasjonale organisasjoner må innrette hjelpen slik at de forsterker lokalbefolkningens egne ressurser og evne til å håndtere situasjonen nå og på lengre sikt."¹³⁰

Denne preventive tanken foreslått av Sommerfeldt skal ikke bare gi mennesker nødvendig nødhjelp, men som bidragsytere skal vi være med på å trene og utruste befolkningen på Afrikas Horn til å få stabile landbruksforhold og sikre deres hverdag. Således vil vi være med på å motvirke migrasjonen fra en region til en annen fordi vi har drevet med langsiktig utvikling. Sett ut i fra et økonomisk perspektiv kan man anta at en mer langsiktig investering i regionen vil gi bedre avkastning enn å måtte investere i nødrasjoner med jevne mellomrom. Et annet aspekt ved en slik investering er at man utvikler og skaper verdier i det globale Sør. I stede for å være avhengig av importert hjelp fra Nord og således investere verdiene i selskaper i det globale Nord. På lengre sikt vil stedene hvor vi plasserer investeringene, og hvilke type bistandshjelp vi satser

¹²⁷ Bialik, C. Wall Street Journal, 06.08.2011 Lastet ned 04.02.2012

<http://online.wsj.com/article/SB10001424053111903454504576488673007245358.html>

¹²⁸ Midbøe, Vårt Land, 21.07.2012

¹²⁹ NTB Trykk, 14.07.2011

¹³⁰ Sommerfeldt. Vårt Land. 21.07.2012

på være med på å effektivisere utviklingen i det globale Sør. Målsettingen for bistandsarbeidet må være å sikre folks selvstendighet for så på sikt å bygge ned bistandsbransjen sin rolle i land som er i god utvikling. Hensikten vil være å bygge bærekraftige samfunn som forvalter egne ressurser på en best mulig måte.

6.3 Oppbygging av en sak - *Epitasis*

Fortsetter vi å benytte dramaturgiens teorimateriale beveger vi oss nå inn i den delen av historien som på gresk bærer navnet *Epitasis*. Som jeg har utdypet i teorikapittelet omhandler dette en intensivering både i hvordan vi kommuniserer spenningen i handlingen også hvordan vi formidler og skaper engasjement.¹³¹ Det er vanskelig å definere disse vage og myke overgangene, men når jeg nå ser på tekstene videre i forhold til dramaturgien er det i tillegg til å informere og appellere, lagt inn et element som innbefatter også den emosjonelle dimensjonen.

I det innsamlede materialet finnes det artikler og debattinnlegg som er skrevet med den hensikt at de skal appellere til både menneskets fornuft, men også til det emosjonelle. Målet er å bevisstgjøre leseren og skape en interesse som kan ende opp i et engasjement. Dagfinn Høybråten, tidligere partileder i KRF og utenrikspolitisk talsmann for partiet, er en representant for dem som har skrevet et debattinnlegg for å skape oppmerksomhet omkring krisen. Dagfinn Høybråten som person, representerer i denne sammenhengen den politiske opposisjonen, og via sin samfunnsrolle kan han defineres som en høy-profilert person i det norske samfunnsliv. Jeg ønsker likevel å gjøre et skille mellom det å være høy-profilert og det å være kjendis. Det vil i ordlyden være en annen klangbunn i det å være høy-profilert versus det å være kjendis. I dagens samfunn er kjendis en terminologi som er blitt mer og mer uklar og ikke lenger kan sies å ha noen klar definisjon. Jeg kan bare spekulere i om Høybråten som person vil ha en bred appell ut til hele det norske folk. Men han vil uavhengig av hvor stor bredde han når ut til, appellere til en gruppe av befolkningen. Hans posisjon gjør at han kan ha en potensiell fordel fordi at han er etablert og allerede har gode relasjoner

¹³¹ Chemers 2010

med personer innenfor sitt virkeområde. Den posisjonen han har, vil også bistandsorganisasjonene nyte godt av, i det at man står i en meningsbærende relasjon med hverandre.

Det er tidligere i denne avhandlingen skrevet at mediernes rolle i samspillet med bistandsorganisasjonene er som den utøvende og formidlene aktør. Mediene står i en slik posisjon at det er redaksjonene som bestemmer hva som vil være aktuelle nyheter. Når mediene benytter en slik vinkling er samarbeidet mellom bistandsorganisasjoner og kjente personer viktig for å kunne yte påvirkning på mediene i enhver situasjon. Hvis en persons meningsytring kan være med på å påvirke og skape et engasjement til hjelp for bistandsbransjen så har samarbeidet vært fruktbart. Høybråten's debattinnlegg kan være ment å skape refleksjon for oss som mottagere.

I en norsk sommer preget av agurknytt og refleksjoner over det skiftene sommerværet er en av de mest dramatiske nyheten at deler av Afrikas horn kan stå foran den verste tørkekatastrofen på mange tiår. Millioner av mennesker er rammet av sult.¹³²

Høybråten benytter seg av assosiasjonen som KN bruker i sin interne informasjon, når det gjelder å knytte sammen krisen på Afrikas Horn med den norske konteksten. Igjennom sitt debattinnlegg skaper Høybråten oppmerksomhet omkring tempoet slike katastrofer har. Det kan virke som hans hensikt er å vekke det norske folk opp fra feriemodus, hvor verden tidvis kan føles koblet ut og vi bare har ferie. Det er viktig for Høybråten å formidle at det også finnes en virkelighet på utsiden av den norske fellesferien. Situasjonen i Øst Afrika blir ikke mindre jo lengre vi venter. Situasjonen beveger seg snart fra krise til katastrofe. Slik sett gjør Høybråten en innsats i å skape oppmerksomhet selv om det norske folk ikke nødvendigvis er i rett modus.

Det kan stilles spørsmål ved hvor mye appell KN får ved slike debattinnlegg. Det er å anta at et slikt debattinnlegg som Høybråten publiserte 19 juli, ikke når ut til en bred lesergruppe i samfunnet. Fordi den nødvendigvis ikke når så bredt ut gir

¹³² Høybråten, Dagsavisen, 19.07.2011

den muligens også ikke den respons som vil være ønskelig i en slik situasjon. De som finner interesse i dette debattinnlegget allerede kan være engasjert i saken. Således fungere innlegget mer som en bekreftelse og en utfyllelse av informasjon. Innlegget kan også appellere til de emosjonelle sidene hos den gruppen som leser artikkelen. Ved at katastrofen får publisitet fra Høybråten som politiker kan det være med på å skape blest hos hans tilhengere, samtidig som han ved sin posisjon kan være med å belyse saken for andre medlemmer i det politiske landskapet.

6.3.1 Politisk strategi i samsvar med KN

Dagfinn Høybråten har via sin posisjon skrevet innlegget som skal øke bevisstheten hos noen grupperinger i samfunnet. Målgruppen for slike debattinnlegg vil muligens være mindre enn om han benyttet seg av andre kommunikasjonsformer. Men for den riktige målgruppen vil dette være med på å skape appell. Debattinnlegget peker mot det overordnede ansvaret vi som nasjon har. Vi må være med å sikre at alle mennesker på jorden har forutsetningene for å kunne leve et godt liv. Dette kommer som en konsekvens av en mer globalisert verden som blir stadig mindre. Høybråten snakker ikke om noen ekstraordinær aksjon nå for å redde Afrikas horn, men han snakker i mer generelle termer omkring vårt ansvar som et land med gode økonomiske forutsetninger for å være med på å stabilisere situasjonen andre steder i verden. Høybråten kommer frem med en måte vi kan bidra til å forbedre situasjonen på Afrikas Horn. Å gi langsiktig hjelp i form av å sikre stabil vannforsyning og bidra til å skape et bærekraftig landbruk kan vi være med å forbedre liv i en tørkerammet region.¹³³

Denne politiske strategien fremsatt av Høybråten er således i samsvar med den operasjonelle strategien som KN benytter seg av. Bærekraftige samfunn er et mål vi felles må satse på for å kunne øke velferden i denne regionen. Høybråten mener at langsiktig utvikling og bistand er den beste fremgangsmåten hvis vi ønsker å oppnå suksess. Likevel kan vi ikke unngå å gi ut livsviktig nødhjelp. Det vil være behov for begge deler i en periode. Høybråtens appell ut av dette debattinnlegget er å skape bevissthet omkring krisen. Det er viktig å forstå at

¹³³ Høybråten, Dagsavisen, 19.07.2011

krisen ikke er over i det innsamlingskampanjene er ferdige. Krisen kommer til å være der over tid. Dette er de harde faktaene som Høybråten bringer til bordet, og det er dette som gjør at han søker etter et globalt engasjement. "KRF har utfordret regjeringen til å møte dette behovet med raske og offensive tiltak. Vi får til svar at regjeringen deler vår bekymring."¹³⁴ Partipolitisk har KRF, utfordret regjeringen til å ta sitt ansvar og ved hjelp av eksisterende prosjekter og organisasjoner i regionen få distribuert hjelp så fort som mulig.

6.3.2 Hvorfor er Høybråten interessant?

Det er Dagfinn Høybråtens posisjon som en representant for statsmakten som gjør han interessant. At han ikke sitter i noen regjering gjør at han ikke sitter med utøvende makt, men det at han har muligheten til å påvirke maktposisjonene gjør situasjonen med han mer interessant. Det foreligger ingen klare forbindelser mellom Høybråten og KN.¹³⁵ Slik at han representerer en enkelt stemme. Men vi kan se av innholdet at det er sammenfallende meninger mellom KN sine ytringer og Høybråten sine meninger. Det er også et faktum at det er tette bånd mellom bistandsbransjen og myndighetene i Norge. Rattsø utvalget, konkluderte med at 50% av norske bistandsmidler blir fordelt blant fem store bistandsorganisasjoner. Videre hadde komiteen funnet ut at bare tre av de ti største bistandsorganisasjonene i Norge, får mer enn 50% av inntektene sine fra innsamlede midler. KN er ikke blant de tre, men er en representant av de syv som er avhengige av statlig støtte for å kunne gjennomføre sine humanitære arbeid.¹³⁶ Jeg ønsker ikke å gå videre inn på bistandsorganisasjoners avhengighetsforhold til staten, men bemerker at vi i det norske samfunn har en situasjon hvor staten står som den store bidragsyteren til å sikre norske organisasjoners humanitære bistand. Og at slike tette bånd muligens også kan legge føringer for den norske bistandsinnsatsen.

¹³⁴ Høybråten, Dagsavisen, 19.07.2011

¹³⁵ Dagfinn Høybråtens biografi. Lastet ned 26.03.12

<http://www.stortinget.no/no/Representanter-og-komiteer/Representantene/Representantfordeling/Representant/?perid=DH>

¹³⁶ Rattsø utvalget: "Nye roller for frivillige organisasjoner i utviklingssamarbeidet", 16.06.06
Lastet ned 23.04.2012:

<http://www.regjeringen.no/upload/kilde/ud/pla/2006/0004/ddd/pdfv/283962-rattso.pdf>

6.4 Fra krise til katastrofe – *Catastasis*

Oppjusteringen av katastrofen fra FN side om at Afrikas Horn regionen er kategorisert som en humanitær katastrofe representerer på mange måter dramaturgiens klimaks. Når man er inne i *Catastasis* perioden definerer man det som at fortellingen går inn for landing. Med klimakset som vendepunktet i historien, blir *catastasis* i denne sammenhengen vendepunktet i oppmerksomheten om situasjonen på Afrikas Horn. Igjen beveger man seg i gildene overganger mellom den emosjonelle oppmerksomheten som en bygger opp under i *epitasis* og til vendepunktet før man raskt går inn for landing og har en løsning på problemet. Realistisk sett på denne krisen er *Catastasis* perioden lengre enn hva man ser i et teaterstykke. Det kan argumenteres for ved at dette er en tolkning gjort på det virkelige liv og ikke basert på fiksjonslitteratur.

Overgangen fra krise til katastrofe er fastsatt ut i fra en talldata utviklet av The Integrated Food Security Phase Classification (IPC). FN benyttet seg av denne klassifiseringen og oppjusterte katastrofen i noen regioner på Afrikas Horn den 20 juli 2011. Ut i fra IPC sin klassifisering valgte FN å oppjustere krisen til et katastrofe nivå. Et av parameterne som man bruker i en slik sammenheng er justering av krisenivåer. At over 30% av barna i denne regionen, da snakker man om utvalgte regioner på Afrikas Horn er underernært. Dette er et aspekt som man har undersøkt for å se hvor alvorlig denne sultkatastrofen er.¹³⁷ Når en artikkel viser til undersøkelser og oppjusteringer, er denne typen informasjon og kommunikasjon mer til allmenndannelse enn den er til å genere en appell. Samtidig ser man viktigheten av å kunne presentere en skjematisk fremstilling av krisen som gjør at flere forstår graden av alvorlighet, FN presenterer. I tillegg blir en oppdatert på den siste utviklingen som skjer i regionen. Denne informasjonen vil være en tilbakemelding til giverne om den reelle situasjonen i de kriserammede områdene.

¹³⁷ The IPC Reference Table Lastet ned:21.04.12
www.ipcinfo.org/attachments/ReferenceTableEN.pdf

Når FN har oppjustert krisen til en humanitær katastrofe, er også håpet at KN skal få mer mediedekning og oppmerksomhet.¹³⁸ Når krisen har nådd dette stadiet, mener jeg at vi ikke lengre snakker om langsiktig utvikling i stor grad. I stede velger KN både i kommunikasjonen og i den faktiske hjelpen å lindre skadene med nødhjelp. KN som en av flere bistandsaktører gir tilbakemelding om hva de faktisk gjør i kampen mot sultkatastrofen. KN beskriver kort hva de gjør nå og hva som allerede er gjort: "Kirkens Nødhjelp gjør nå klar en flylast med vann og sanitærutstyr til 10 000 mennesker. Fra før sørger organisasjonen for mat-forsyninger til 30 000 flykninger."¹³⁹

Når leserne får faktiske resultater som de kan henge informasjonen om krisen på skaper det lettere en setting hvor man emosjonelt kan føle seg knyttet til krisen og til arbeidet som gjøres ute i felten. I tillegg til å gi tilbakemelding til leserne i Norge, vil tilbakemeldingen også sees i sammenheng med oppgraderingen fra FN. Dette kan være med på å skape en ny appell som kan nå ut til flere grupper i samfunnet. Argumentet for en slik utvidelse legger jeg i mandatet FN har fått av verdens nasjoner. For å være en samlende organisasjon som jobber for en rettferdig og forent verden. Når bistandsorganisasjoner kan legitimere sine operasjoner i et FN mandat, kan appellen utad være sterkere. Muligheten for å skape engasjement og appell kan også antas å øke i samsvar med legitimeringen fra en globalt samlende organisasjon.

6.4.1 Når katastrofen er fakta og situasjonen er ute av kontroll

Overgangen fra krise til katastrofe den 20 juli 2011, gis stor mediedekning og når Vårt land sin artikkel skriver "*Situasjonen er ute av kontroll*"¹⁴⁰ som er rammene for denne analysen ser man en utvikling som straks ble raskere, enn hva man har sett tendensene til tidligere i perioden. Underveis i utviklingen fra krise til katastrofe er informasjonen leseren har fått blitt fordelt ut gradvis. Bildet mottageren får av utviklingen har vært langsom i forhold til eksempelvis Haiti 2010 som jeg har henvist til tidligere, hvor katastrofen et faktum etter få timer.

¹³⁸ Midtbøe, Vårt Land, 21.07.2011

¹³⁹ Dåstøl, Vårt Land, 20.07.2011

¹⁴⁰ Midtbøe Vårt Land, 21.07.2011

Men når jeg nå har analysert tekstene som ble publisert i tidsrommet rundt den 22 juli, er det interessant å se hvordan den saktegående krisen etter hvert har blitt raskere og raskere. Mediene endrer karakter i løp av få dager og beskriver situasjonen på Afrikas Horn som ute av kontroll. "Ved flyktningleirene er det helt ferske menneskegraver. Det er dyrekadavre overalt. Mennesker dør på flukt. Kvinner angripes og voldtas på veien. Dette er verdens verste katastrofe. Verre blir det ikke." ¹⁴¹

De første rapportene av en hungersnød, tegner et dystert bilde om konsekvensene av en katastrofen. Ingressen forteller detaljert om det bildet som nå skjer og om de fatale konsekvensene. Hver dag dør det 140 barn på Afrikas Horn. ¹⁴² Ingen ting kommuniserer bedre til oss enn tall og tallenes tale er klar. Vi har ikke gjort nok til å forhindre de resultatene vi nå ser. En kan være kynisk å si at dette ville ha skjedd uavhengig av lesernes støtte. Men når man besitter et tallmaterialet som dette, stiller jeg meg undrende til bistandsorganisasjoners medie- og innsamlingsstrategi sett i lys av katastrofens utvikling. "Det internasjonale samfunnet kunne gjort mye mer for å forebygge. Bistandsorganisasjoner har varslet om denne katastrofen veldig lenge." ¹⁴³

Når jeg ser dette i retrospektiv kan bistandsorganisasjonene fremstå som noe redusert og delvis handlingslammet. Det kan virke som bistandsorganisasjonene har inntatt en avventende holdning. Både til FN som regulerende makt, men også i forhold til det å være en påvirker og pådriver til å utgjøre en forskjell for menneskene på Afrikas Horn. Ut i fra denne avhandlingens tilgjengelige materialet, kan det se ut som bistandsorganisasjonene venter til en krise oppnår nok dramatik til å kunne få god pressedekning i mediene, før man aktivt går inn for å starte innsamlingskampanjer.

Det finnes en del forutsetninger som må ligge til grunn for å kunne utføre et arbeid av denne størrelsesorden. Afrikas Horn er et meget vanskelig område å arbeide i. En lokal forankring er nødvendig for å sikre stabile forhold, men det

¹⁴¹ Midtbøe, Vårt Land 21.07.2011

¹⁴² Midtbøe, Vårt Land, 21.07.2011

¹⁴³ Midtbøe, Vårt Land, 21.07.2011

må også ligge en erkjennelse til grunn om at behovene for hjelp er mye større enn den lille bistanden en organisasjon yter. Likevel er ikke denne hjelpen verdiløs.

Atle Sommerfeldt mener at det globale samfunnet anno 2011 burde være forberedt til å håndtere og til å sette opp mottiltak som skal kunne forhindre den hungersnøden som vi ser i dag. Han sier at hele situasjonen kom ut av kontroll bare på noen uker og at både lokale, nasjonale og internasjonale ledere handlet for sakte.¹⁴⁴ Spørsmålet som en kunne spørre seg selv er hvordan kommuniseres behovet for hjelp til internasjonale organisasjoner, når de nasjonale tiltakene svikter og faller bort. Fra sidelinjen kan det virke som at vi står ovenfor et meldesystem for store globale kriser som ikke fungerer slik det burde.

6.5 Katastrofen fortalt gjennom en bestemors øyne

Fra å skrive om katastrofen fra store globale perspektiver gjør noen artikler grepet med å fortelle enkeltindividets historie. Ofte står disse to perspektivene sammen i samme tekst og skaper en helhet mellom det globale og det lokale. At vi får ta del i en persons historie, selv i korte trekk er med på å bygge opp en bevissthet omkring tematikken. Dette er et likhetstrekk som vi også ser i den interne informasjonen fra KN. Tidligere i avhandlingen har jeg forsøkt å beskrive den interne kommunikasjonen som en motsats til den eksterne kommunikasjonen for å danne et helhetlig bildet av katastrofen. Når mediene også beveger seg i den retningen som bistandsorganisasjonene har hatt sin kommunikasjon, kan dette skape et skjevt bilde av den reelle situasjonen. Forståelsen av at det er tette relasjoner mellom mediene og bistandsbransjen styrkes når informasjonen man sender ut blir mer lik hverandre. Dette er på ingen måte et urovekkende tegn, men kanskje mer en bekreftelse på at bistandsorganisasjoner som KN har påvirkningskraft inn mot redaksjoner og både media og bistandsorganisasjoner har et forvalteransvar for å fortelle hele det realistiske bildet av situasjonen på Afrikas Horn. Når mediene bruker en personlig historie, er det en medarbeider i Flyktninghjelpen som forteller om hennes møte med en bestemor: "I Dadaab møtte jeg en bestemor. Hun var fra

¹⁴⁴ Midtbøe, Vårt Land, 21.07.2011

Somalia. Først hadde ett og ett husdyr dødd. Så døde mannen hennes også. Da bestemte hun seg for å ta med seg sine seks barnebarn og flykte til Kenya.”¹⁴⁵

Når en bestemor går så langt, først med å oppholde seg i Somalia, for så etter å ha mistet både husdyr og sin ektefelle, måtte bryte opp å flykte. Det er en historie om styrke og håp. Om et bedre liv og kampen for å overleve.¹⁴⁶ Kontrastene fra vår egen hverdag i Norge er så stor at formidlingen nesten gjør historien til noe ekstraordinært. I denne historien bygges det opp et håp som er større enn meningsløsheten. Historien er en mormors kamp for at familien skal kunne overleve. Tanken om å videreføre slekten vil være et element i denne forståelsen. Teksten bygger opp under den appell som Atle Sommerfeldt ønsker å rette til det norske folk i slutten av denne artikkelen. Appellen er direkte adressert til det norske lesere, med en klar anmodning om å involvere seg. Han fremlegger tre ulike måter det er mulig å engasjere seg på. Det første er økonomisk i forhold til bistandsorganisasjoner. Det andre vil være å påvirke myndighetene i den form at vi kommuniserer at nå er tiden for å handle. Det siste punktet omhandler medmenneskelighet og ta ekstra godt vare på den somaliske befolkningen som er i Norge. Denne appellen trekkes sammen med flere av punktene nevnt tidligere. Det vil i slike kriser alltid være et behov for givervilje og økonomiske forutsetninger for å kunne gjennomføre slikt arbeid. Videre kan man se fellestrekk fra KN sin forbønn til kirkene og appellen om å vise omtanke og nestekjærlighet for de som er rammet. Sett i lys av terroraksjonen den 22 juli 2011, fikk spesielt omsorg for din neste en ny ordlyd og en ny mening både i for individer i Norge, men også i forhold til andre mennesker i andre deler av verden. Appellen Sommerfeldt presenterer er en oppfordring om å jobbe for mer rettferdighet.¹⁴⁷

Det norske mediebildet ble i dagene etter 22 juli preget av å ha et større hjemlig fokus enn fokus på sultkatastrofen. Det utadrettede fokuset kommer først tilbake etter noen dager. Det er klart at blant annet Afrikas Horn katastrofen mistet publisitet som følge av terroren, samtidig som den samme katastrofen også var

¹⁴⁵ Midtbøe, Vårt Land, 21.07.2011

¹⁴⁶ Midtbøe, Vårt Land, 21.07.2011

¹⁴⁷ Kirkens Nødhjelps globale strategi 2011-2015 Lastet ned: 10.01.12

med på å stabilisere mediebildet i etterkant, i et forsøk på å normalisere situasjonen i Norge. Ser vi på omstendighetene rundt terroraksjonen og dets påvirkning på folks giverglede så ble den gjenopptatt etter et par dager. Bistandsorganisasjonene opplevde også en økt bevissthet omkring Afrikas Horn i etterkant av terroren.

6.6 Oppsummering

Trykte medier danner en stor andel av materialet i denne oppgaven og det er derfor gjort et forsøk på å se nærmere på viktige aspekter ved kommunikasjonsprosessen sett i et dramaturgisk lys. Etter å ha sett nærmere i analysen kan man stedvis finne spor av en dramaturgisk inndeling. Fra et anslag, og en oppbygging både i intensitet og i emosjonell styrke, til et vendepunkt og en fiktiv slutt. For det er i avslutningen de faktiske hendelser skiller seg fra teorien. Der hvor teorien avsluttes fort, er det lengre varighet for krisen. Når jeg ser på avslutningen fra et teoretisk perspektiv anvendt i denne reelle situasjonen, vil avslutningen være anslaget frem mot neste vendepunkt.

Appellene gitt ut i mediene fra KN og andre organisasjoner har også gjennomgått en utvikling sett i lys av dramaturgien. Det er et gjennomgående tema om engasjement og giverglede. Dagfinn Høybråten skrev sitt debattinnlegg på en slik at de som var i hans målgruppe, visste hvor de skulle henvende seg til for å kunne bidra. Det har også som et gjennomgående tema vært viktig å formidle viktigheten av å gi, ikke hvem man gir til. Det jeg kan se antydning til er et skifte i tanke fra et preventivt perspektiv i innsamlingsstrategien. Til å bli mer resultatorientert strategi etter hvert som katastrofen utvikler seg. Sett i sammenheng med katastrofens utvikling har også tidspunktet for innsamlingsaksjonen og samarbeidet med mediene, fått en større plass i denne analysen enn først tiltenkt. At det finnes en relasjon mellom bistandsbransjen og mediene kan nok ikke benektes, men spørsmålet omkring hvor avhengig de er av hverandre kan sees nærmere på i annen forskning. Ser man dette i sammenheng med ønsket om å skape appell og gi tilbakemelding er samarbeidet viktig for å nå ut til størst mulig målgruppe. Man kan kanskje si at avhengighetsforholdet

mellom bistandsbransjen og mediene er tosidig i den sammenheng at man trenger hverandre for å kunne bidra til å øke kunnskapsnivået i befolkningen og for å kunne skape engasjement.

7.0 Ekstern medieanalyse – Radiomediet

Radioen som medium har sin styrke ved at mottakeren bare kan lytte å ta i mot budskapet, uten at individet har noen stor påvirkning på innholdet som blir sendt. Slik blir man deltager i massekommunikasjonen. Materialet som representerer radioformatet i denne artikkelen er hentet fra Norsk Rikskringkasting som har som formål å være allmennkringkaster for hele Norges befolkning på radio og tv.¹⁴⁸

Slik katastrofen har utviklet seg på Afrikas Horn og med innsamlingskampanjen som Kirkens Nødhjelp har iverksatt er det viktig å få mediedekning. Når KN får radiotid, får organisasjonen enda en mulighet til å kontekstualisere appell og gi tilbakemelding til den målgruppen som lytter til radio. I de senere år har det vært en tendens at lytterne på radio blir eldre.¹⁴⁹ Dette kan være resultat av endringer i individers medievaner og en spissing av budskap til målgrupper i ulike kontekster. På den måten vil mediene opprettholde sin posisjon som allmennkringkaster ved at brukerne har fått flere valg. Setter man dette i sammenheng med giverstatistikk i eksempelvis KN, har også KN hatt et høyt aldersnitt på sine givere. Dette aldersnittet er på vei nedover og kan kanskje settes i sammenheng med de endringer som følger av en multimedial kommunikasjonsstrategi. Sett fra et slikt ståsted vil radio nå og også i fremtiden spille en viktig rolle så lenge vi har radioplattformen å arbeide på. KN har i denne sammenheng vært deltagere på Dagsnytt18 som er et times langt debatt/nyhetsprogram. Når KN er representert i studio er det enten ved en medarbeider i KN eller ved at Atle Sommerfeldt selv er tilstede. For mange er Sommerfelts sin stemme lik stemmen til KN. Det han sier i offentlig sammenheng representerer også den linjen som KN fører. Dagsnytt 18 er primært et radioprogram. I senere tid har dette programmet også har fått sendetid på TV. Dette ser jeg kun på som et supplement, da den primære kanalen for distribusjon er radiomediet.

¹⁴⁸ Norsk Rikskringkastings formål og vedtekter. Lastet ned: 20.04.12
<http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.5392438>

¹⁴⁹ Norsk Mediebarometer 2010, Lastet ned: 27.03.2012
<http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

7.1 Å male et bilde med ord og sette rammene

I dette radiointervjuet er humanitær hjelp på Afrikas Horn temaet. Atle Sommerfeldt representerer KN, som leder av en av de største bistandsorganisasjonene i Norge yter han stor påvirkningskraft både ovenfor myndigheter og folket generelt. Reporteren i denne sendingen er Tømm Kristiansen. Han har lang fartstid fra Afrika som korrespondent for NRK. I introduksjonen maler han et visuelt bilde via radioen som setter rammene for hele intervjuet. I tillegg er Johan Helland, forsker ved Christian Michelsens Institutt tilstede. Kristiansen starter intervjuet med å formidle et språklig bilde av hvordan situasjonen nå er på Afrikas Horn:

På bare bein går tusenvis av sultne Somaliere over grensa til Kenya. De jakter på den eneste maten de vet om. Den i flyktingeleirene. Deres eget regime, Al-Shabab, har holdt nødhjelpsorganisasjonene ute av Somalia og i stedet latt ungene dø. De ligger i små grunne graver langs veien.¹⁵⁰

Det beskrives et bilde om en situasjon helt annerledes enn hva vi er vant med i hverdagen hjemme i Norge. Kristiansen benytter et annet språk enn hva vi har sett både i interne informasjon og i trykte medier, hvor man har vært opptatt av tall på den ene siden og været på den andre siden. Språket han bruker kan sies å være ærlig og beskrivende. I stede for å støtte seg på tallenes tale, beskriver han de tusenvis som går sultne. Ikke er menneskene bare sultne, men de går barføttes også. Det bildet som skapes gir ett innblikk i omfanget av krisen. Når Kristiansen sier at noen går barføttes, beskriver han også deres sosiale stilling i samfunnet. For oss er sko en naturlig del av hverdagen. Men verden rommer også dem som ikke har mulighet til å kunne kjøpe seg et par sko. Dette representerer de fattige i samfunnet. I en krisesituasjon slik som katastrofen på Afrikas Horn er det også først de fattige det går ut over.

Når han beskriver tusenvis av føtter i stede for å bruke millioner av sultne mennesker skaper han også en tettere relasjon til lytterne. Tallet er håndterbart,

¹⁵⁰ Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011

mens millions av sultne mennesker er litt vanskeligere å fordøye. Ved å skape et bilde som vi kan forstå og fordøye skaper Kristiansen en større oppmerksomhet omkring tematikken i intervjuet. På mange måter skaper Kristiansen grunnmuren og retningen for hvor han ønsker å komme med intervjuet og debatten. Tomm Kristiansen avslutter introduksjonen til tematikken med å trekke frem noe av det mest sårbare vi har i vårt samfunn. Det ene aspektet som mennesker virkelige setter høyt, *barna* våre. Ved å hindre adgang for bistandsorganisasjoner til å gi hjelp, har deres eget regime latt barna dø. Når han presenterer barna som at de ligger i små grunne graver, forteller det en historie om styrke. Både til å måtte la et barn bli liggende igjen, og samtidig en respekt i det at barna også skal kunne få en verdig gravferd, selv om det kanskje skjer i en grøftekant.

Etter denne introduksjonen går sendingen over i en intervjuform med både Sommerfeldt og Helland som respondenter. Jeg vil forsøke å se intervjuet i lys av Sommerfeldts responser, omkring hvordan KN formidler appell og tilbakemelding i denne konteksten. Det er tydelig i Sommerfeldt sin kommunikasjon at han er kjent med radiokonteksten og således kommuniserer godt. Både situasjonen på Afrikas Horn og KN sitt engasjement generelt.

Han presenterer tematikken for lytterne fra KN sitt perspektiv og som et menneske som forsøker å hjelpe andre mennesker. Organisasjonens tanker omkring samarbeid med lokale organisasjoner og den internasjonale forpliktelsen til å delta og adgang til å kunne gi nødhjelp. Denne tematikken vil jeg forsøke å belyse i dette kapittelet. Jeg vil også i kapittel 7.4 se nærmere på de utfordringer man har i forhold til korrupsjon i humanitær bistand.

7.2 Viktigheten av lokale samarbeidspartnere

Nøkkelen for å kunne ha vekst og kunne utvide arbeidet til nye steder og nye regioner ligger i å etablere samarbeid med troverdige lokale partnere. I en respons til spørsmålet omkring hvordan får KN inn maten på steder hvor

militsen blokkerer, eventuelt bestemmer og legger premissene. Beskriver generalsekretær Atle Sommerfeldt forholdet med de tradisjonelle lederne:

Det gjør man ved å samarbeide med de tradisjonelle lederne i Somalia på landsbynivå. ..Og nøkkelen ligger der igjen i at, landsbylederne vet at Kirkens Nødhjelp har arbeidet i 20 år i dette området. Og de vet at utdanning, vann, også videre er knyttet opp til den virksomheten vi driver med. Og så er det slik at jeg kunne jo ikke ha gjort dette som nordmann. Dette gjøres jo av lokal stab og i samarbeid med Somaliske humanitære organisasjoner på bakken og lokalt.¹⁵¹

Ved å satse på samarbeid, legger KN forholdene til rette for at bistanden som de har innsamling til skal lykkes. Denne responsen gir et klart budskap omkring hvordan KN som organisasjon organiserer sitt arbeid ute i felt. Det er ikke snakk om å starte nye prosjekter nå når katastrofen slo til for fullt, men det er snakk om å legge forholdene til rette for at lokale partnere fortsatt skal kunne gjøre sin jobb. Det er nøkkelen for suksess. Vi som nordmenn kunne aldri gjort den innsatsen som blir gjort på Afrikas Horn under katastrofen, sier Sommerfeldt.

Vi trenger den lokale forankringen i samfunnet for å kunne gjøre jobben best mulig. Dette fordi vi ikke kjenner til hvilke behov som det er viktig å få dekket.

Samtidig sier Sommerfeldt at det er bygd opp et samarbeid med landsbylederne over en lengre periode. KN har vært i denne regionen i 20 år og har vist at man tenker langsiktig ved å være tilstede. De lokale lederne vet også at utdanning, vannforsyning og lignende er knyttet opp til det arbeidet som vi har gjort i denne regionen.¹⁵² Budskapet slik den er presentert henviser til et tosidig avhengighets forhold. Skal man tolke Sommerfeldts utsagn, så sier han på den ene siden at KN kunne aldri gjort den innsatsen de har bidratt til de siste 20 år hvis de ikke hadde hatt lokale samarbeidspartnere. Samtidig vektlegger han også den rolle som KN har hatt. Han former et bilde av KN sin innsats og presenterer KN sitt arbeid som løsningen for lokalsamfunnets vekst og utvikling. En tolkning som kan formes ut av Sommerfeldts utspill omhandler nettopp den rolle som KN har hatt og har i en region, som støttepartner og som drivkraft av utvikling. Faremomentet er den

¹⁵¹ Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011

¹⁵² Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011

avhengighet som lokale bistandsorganisasjoner har av utenlandske støttepartnere. Vil lokale organisasjoner ha mulighet til å drive med videre utvikling på det tidspunkt hvor store internasjonale aktører trekker seg ut. I stor grad vil dette forholdet mellom det lokale og det globale være med på å forme hvordan en videre utvikling i landene vil være i fremtiden. Risikomomentet i Sommerfeldts uttalelse er forståelsen av tid og rom. "Kirkens Nødhjelp har arbeidet i 20 år i dette området. Og de vet at utdanning, vann, også videre er knyttet opp til den virksomheten vi driver med."¹⁵³ Når det er bygges relasjoner over tid vil det også være vanskeligere å bryte opp fra slike kontekster hvor tilstedeværelsen og delaktigheten i samfunnet har vært og er høy, hvis ikke det er gjort rede for på et tidlig stadium. Dette er en av utfordringene ved langsiktig bistand og utvikling.

For å øke de lokale relasjonene til samfunnet i de områdene hvor man arbeider har det vært viktig for KN å bygge opp lojalitet hos de lokale lederne. Når KN velger å satse på langsiktig utvikling er samarbeidet med de lokale organisasjonene og lederne viktig. I denne relasjonen bygger man tillitt og troverdighet, som gjør at KN har individer de kan stole på i en forvalterrolle. Slik blir det ikke et prosjekt styrt økonomisk fra utsiden, men de økonomiske ressursene som blir samlet inn av KN blir forvaltet lokalt i regionen hvor prosjektene foregår. Ved å følge en slik strategi mener KN at de er med på å bygge et lokalt eierskap til prosjektene som er støttet av KN. Eierskap er viktig i den sammenheng om at folk tar vare på det som blir gitt, og at dette stimulerer til videre egenutvikling, eller det passiviserer mottagerne vil være en kontinuerlig refleksjon KN må gjøre.

Om denne typen samarbeid og eierskap vil være nok for at KN etter hvert skal kunne trekke seg ut av prosjekter og overlate prosjektene selvfinansierende kan de kun se resultatene av i det de faktisk trekker seg ut av området. KN som organisasjon legger forholdene til rette for selvstendighet, slik at det som blir sådd i dag, skal fungere når KN en dag trekker seg ut. Men denne faren omkring

¹⁵³ Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011

avhengighet versus selvstendighet vil nok også prege bistandsbransjen også i fremtiden. Dette reflekteres også i den tilbakemelding som blir gitt til giverne. Når Sommerfeldt i intervjuet snakker om vårt behov av en lokal forankring og hvordan KN har jobbet i regionen i 20 år, er det også lagt inn en holdning av avhengighet presentert av KN. "De vet at utdanning, vann, også videre er knyttet opp til den virksomheten som vi driver med." ¹⁵⁴ Selv om dette sannsynligvis er ment som en positiv tanke i forhold til innbyggerne i landsbyen, kan det også tolkes som en avhengighetstanke, nettopp fordi organisasjonen har jobbet i regionen over lang tid. Denne avhengighetskulturen vil ikke bare gjelde KN som organisasjon, men vil reflektere holdninger som omhandler hele debatten omkring Nord og Sør og forvaltning av ressursene. I tillegg til at det fører med seg en økonomisk avhengighet fra Nord sin side vil det også videreføres til givergleden blant individer i Nord. Dette kan være med på å opprettholde negative holdninger omkring personer fra Sør med tanke på at disse personene ikke forvalter sine ressurser på en riktig måte. Mens det på mange måter kan være det globale Nord som er med på å hindre selvutvikling ved å satse mer på nødhjelp, enn på langsiktig utvikling. Nødhjelp genererer mindre økonomisk profitt inn i regionen, men de bruker økonomien i Nord, for å sende produkter til Sør.

7.3 "To sup with the devil"¹⁵⁵

I situasjoner hvor det er menneskelig lidelse, kan bistandsorganisasjoner ty til det ekstreme som vil være å gå i forhandling med militsen. Grunnen til at organisasjoner går dit, er deres overordnede mål som er å hjelpe mennesker. Da tyr man tilslutt til ekstreme handlinger for å få hjelpen ut til de rammede områdene. I slike ekstreme tilfeller vil det for mange da være logisk å gå til forhandlingsbordet med fienden. Terminologien "to sup with the devil", som benyttes av Helland i dette intervjuet, er også brukt i andre kontekster. John R. Dabrowski¹⁵⁶ har skrevet en bok med denne tittelen som forteller en historie om hva som ville skjedd hvis Amerika brukte all sin makt til å ødelegge Stalins

¹⁵⁴ Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011,

¹⁵⁵ Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011,

¹⁵⁶ Dabrowski 2011

kommunisme etter andre verdenskrig. I sultkatastrofens sammenheng er termen bruk på samme måte som i boken. Hva ville skjedd hvis de løste de humanitære utfordringene på en annen måte. Det Sommerfelt sier som respons til dette innlegget, klargjør hans posisjon i denne sammenhengen. Kristiansen setter opp djevelen som en representant for det onde, og Sommerfeldt som er prest av profesjon som representant for det gode opp mot hverandre. Det spilles i kommunikasjonen med leseren her på forholdet mellom det gode og det onde, samt forholdet mellom djevelen og presten som Guds representant.

I stede for å avfeie spørsmålet, velger Sommerfeldt å løse dette spørsmålet med å trekke inn den lutherske teologien, som kort forteller at hans tradisjon bygger på en forståelse av at djevelen lever inni oss alle, for så å endre fokuset tilbake til krisen er det viktig for han å snakke om. Mer enn sitt eget forhold til å la denne samtalen dreie seg om profesjons- og teologiforståelse. Han synes det er vanskelig å kategorisere en bevegelse, som Al-Shabab er, inn i en kategori. Forståelsen omkring hvordan dette er bygget opp er mer komplekst enn som så. Derfor sier han også at det bildet som vi får se hjemme i Norge samsvarer ikke nødvendigvis alltid med det reelle bildet av situasjonen.

Media velger i mange sammenhenger å fremstille et bilde der størsteparten av skylden ligger hos Al-Shabab og dets militsstyre. At det er krigsherrer som blir stadig rikere på å stjele humanitær bistand fra FN for så å selge det på svartebørsen. En slik forståelse av hvordan krisen er formidlet gjennom mediene, bygger her på en undertone av religiøs fremmedfrykt, men også forståelsen av imperialismen og orientalismen hvor det blir skapt et bilde av "de andre" ut i fra vestlig selvforståelse av vår egen verden, og at den motsatte verden må forstås som en motsetning til den vestlige verden. Dette bygger opp under vår forståelse av den generelle afrikaner på Afrikas Horn, fremstilt som pirater og tyver. Som primitive vesener fra en prehistorisk tid. Afrikaneren fremstilles ofte som urmennesket, men videre er det ikke blitt fokusert på utviklingen som har skjedd. Denne tanken kan være med på generalisere det negative bildet som har blitt laget om afrikanere i hele denne regionen. Denne måten som media ofte velger å presentere saker på bærer preg av å fremstille

afrikaneren som primitive, ville mennesker, for å kunne opprettholde den imperialistiske tankegangen og fortsatt være med på å pleie forskjellene mellom Nord og Sør i stede for å jobbe for en mer rettferdig og likt fordelt verden.¹⁵⁷ Sommerfeldt forsøker å presentere et mer nyansert bilde av hvorfor krisen har utviklet seg i den retning som den har gjort den siste tiden.

At USA har muligens med berettigelse klassifisert Al-Shabab som en terror-organisasjon og det kobler jo ikke minst på deres påståtte forbindelse med Al Qaeda. Det som er problemet når USA vedtar dette er at det for den konsekvens at amerikanske bistandsmidler kan ikke brukes i områder som Al-Shabab kontrollerer.¹⁵⁸

Sanksjonene fra USA har gjort det vanskeligere for amerikanske bistandsorganisasjoner å gjøre en innsats i de sultrammede områdene på Afrikas Horn. Denne siden av saken har ikke så ofte vært fremme i norsk media og det kan virke som at dette er et ikke-tema for mediene. For mediene har det vært viktig å fremstille internasjonale nyheter i lys av den imperialistiske holdningen, samtidig som det har fra norsk bistandsside er viktig å fremheve den norske regjeringens suverenitet i forhold til de politiske beslutninger fattet av amerikanske myndigheter i forhold til muligheten for å yte humanitær bistand. Resultatet av den amerikanske lovgivningen gjorde at amerikanske humanitære organisasjoner fikk sin støtte fra den amerikanske stat redusert med opptil 88%.¹⁵⁹ Slik at når media beskylder Al-Shabab for å hindre bistandsorganisasjoner adgang til områder, forteller mediene kun deler av sannheten. Mediene bygger opp historiene rundt Al-Shabab som en milits gruppe og en islamistisk politisk bevegelse¹⁶⁰ og setter likhetstegn mellom Islam og terrorisme ut i fra deres koblinger til andre islamistiske grupperinger. Dette er også med på å bygge opp menneskers negative holdninger omkring mennesker fra denne regionen basert ut i fra medienes makt.

Fordi mediene har en tendens til å presentere mest av denne typen tekster, er det viktig for KN å få formidlet via sine kanaler at både den norske stat og KN

¹⁵⁷ Said 1994

¹⁵⁸ Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011,

¹⁵⁹ Knoop, Aftenposten, 21.07.2011

¹⁶⁰ Hovig, NTB tekst, 31.07.2011

står fritt til å jobbe i disse regionene som også er kontrollert av Al-Shabab. For KN sin del handler dette om den tydelige profilen de har hatt i regionen gjennom flere år, som gjør at de nå også kan operere fritt med bistand under slike forutsetninger. En av grunnene til for at Sommerfelt eksplisitt sier dette er grunnlagt i at KN forvalter en stor sum av ressursene gitt av den norske stat til å forvalte.¹⁶¹ Det som han i undertonen sier er at vi får jobben gjort. Selv når andre stater og andre organisasjoner blir hindret, har vi fundamentet og rammene som gjør at vi som nasjon kan gjøre en innsats for å få jobben gjort.

Denne appellen som Sommerfeldt sender ut er med på å bygge et tillitsforhold til giverne og til myndighetene. Hans spør ikke direkte etter mer penger, men han benytter seg av sin sendetid på radioen til å fortelle hvordan KN forvalter de ressursene de er blitt gitt. Slik bygger han et troverdig rammeverk for økt giverglede. Han benytter seg ikke av konkrete talldata og prosjekter for å formidle tilbakemeldingen, men han bruker seg selv som et øyenvitne om hva som faktisk skjer i region. Han har selv sett det, derfor kan han også fortelle det videre. Han så selv at den hjelpen som giverne har sendt kommer frem. At hjelpen kommer til nytte og redder liv. I denne sammenheng er all tillitt og troverdighet festet til en persons øyenvitnebeskrivelse og ikke til film, eller bilder. Men tillitten er bygd opp rundt Sommerfeldts posisjon i KN.

7.4 Korrupsjon – en integrert del av all humanitær bistand?

I alt bistandsarbeid som utføres vil utfordringene omkring korrupsjon og faren for korrupsjon komme til syne. Skille mellom individ og stat er på dette området liten, da dette handler om forvaltningen av våre ressurser. Enten om det er individet eller om det er fellesskapets interesser. Hvordan organisasjonene går frem for å bekjempe denne ukulturen som ofte kommer til overflaten når det er store ressurser som skal forvaltes, kan jeg ikke i denne oppgaven gå inn på. Men jeg ønsker å vise at korrupsjonstematikken også inngår i KN sin kommunikasjon. Derfor må dette også belyses som en del av den appell og den tilbakemelding som gis til givere, om det er stat eller individ er således av liten interesse. Det er

¹⁶¹ Østerhus en al. Civita-notat nr.1 2011

kommunikasjonen av farene og utfordringene ved å gi penger uten å kjenne til alle risikomomentene som er viktig. Jeg vil først og fremst se hvilke grep KN som organisasjon gjør for å formidle utfordringene med korrupsjon i media. Å tro at noen organisasjon er fri for korrupsjon vil sannsynligvis være basert i drømmetenkning, uten feste i realitetene. Ut ifra en slik tankegang gjør KN noen grep som erkjenner i media de utfordringer organisasjonen står ovenfor. At målet bør være ingen korrupsjon og at organisasjonen forsøker å jobbe preventivt for å nå det målet.

Mediene gir oss lesere kjennskap til korrupsjon som en vesentlig del av bistandsorganisasjoner virksomhet og at alle organisasjoner på en eller måte blir påvirket av å være i et slikt arbeidsmiljø. Når oppfatningen leserne eller giverne blir sittende igjen med etter mediernes møte med bistandsorganisasjonene er negativ, mener jeg det vil være vanskelig for organisasjoner som ikke erkjenner det faktum at deres virksomhetsområde er spesielt utsatt. Utfordringen i at noen få mennesker får stor overflod begrunnet i andre menneskers giverglede, er ikke med på å fordele godene i den hensikt som bistand er ment å ha. Snarere er det med på å bygge opp sosiale og kulturelle skiller i de samfunnene hvor bistandsorganisasjoner jobber. Slike skiller vil være vanskeligere å bryte ned igjen, og kan være grobunn for fremtidige konflikter. Sett slik tjener ingen på korrupsjon i det store perspektiv, men det er individets ønske kan komme opp og frem i en kort periode, som kan være med å drive ønsket om korrupsjon. Man bør stille seg spørsmålet om det er mangelen på sentrale myndigheter som gjør oppblomstringen av korrupsjon stor i denne regionen. Det at bistandsbransjen kjøper seg veg inn for å drive bistand og nødhjelp på Afrikas Horn, gjør også at bistandsbransjen selv blir del av denne onde og destruktive spiralen, som inneholder korrupsjonsproblematikken.

Når mediene presenterer nødhjelp som ineffektiv grunnlagt ut i fra et korrupsjonsperspektiv, svekker det også organisasjonenes appell utad til givere. Bistandsorganisasjonene som selv hevder sin avhengighet til mediene, blir på sett og vis bedratt av sin egen samarbeidspartner. Med dette mener jeg ikke at mediene ikke skal skrive om korrupsjon eller om de negative sakene som måtte

skje. Men dette handler om bistandsorganisasjoners selvforståelse og selverkjennelse om at de selv ikke er gode nok til å kommunisere hele spekteret av realiteter. At det er et overordnet fokus på å bare kommunisere de vellykkede prosjektene og fortelle suksesshistoriene, for så og dysse ned de historiene hvor det ikke gikk så bra. Fortellinger om mangelen på suksess og hvordan bistandsorganisasjonene mislykkes vil på et tidspunkt komme opp igjen. Slike historier vil da få større fokus, fordi det ikke har vært etablert en åpenhet omkring dette med å mislykkes. Det kan virke som at med det å være en operatør innenfor bistandsbransjen innebærer det forventes 100% suksess. Det er en forutsetning som vil være tilnærmet umulig å oppnå. Den løsningen KN velger i en situasjon hvor korrupsjon blir nevnt slik at det kan svekke organisasjonens appell utad, er å forsøke og vise hva en gjør for å minimere korrupsjonen innad. Slik at det første Sommerfeldt som representant for KN gjør, er å erkjenne at det vil være tilfeller hvor KN blir utsatt for korrupsjon. Når han så velger å snakke om hvordan vi kommuniserer korrupsjon, velger han to fremgangsmåter i dette intervjuet. Først beskriver Sommerfeldt situasjonen omkring hvordan de som organisasjon forvalter og fordeler resursene. Slik forteller han hvilke ledd KN benytter for å sikre at mest mulig av de innsamlede midlene kommer frem til dem som trenger dem. Historien som fortelles fremstiller KN som et eksempel på hvordan de bekjemper korrupsjon i hverdagen. Denne fremgangsmåten er med på å bygge troverdighet og legitimitet for KN, ved å velge en metode for å gi tilbakemelding og for å vise giverne og lytterne en mulig vei for å løse denne utfordringen.

Den andre innfallsvinkelen til forståelsen av korrupsjonen, er formulert mer som en oppklarende fakta opplysning. Sommerfeldt konstaterer: "Så må man faktisk også klare å se at kjøpmenn i Norge, regner faktisk med en liten prosent svinn. Og de stenger ikke REMA for det."¹⁶² Uten å innta en ydmyk holdning, går Sommerfeldt til motangrep og trekker frem en parallell mellom dagligdags matvarehandel, der det legges inn en kalkyle som tar opp i seg den svinnprosenten butikken opplever. Argumentet hans er at svinn i seg selv ikke er

¹⁶² Dagsnytt 18, NRK, 15.07.2011,

grunn god nok til å stenge butikker. Det han gjør er å forsøke å kontekstualisere korrupsjon inn i en kjent norsk kontekst. Dette gjør han ved å plassere korrupsjon som vi kan se på som noe som ikke skjer i det norske samfunnet, inn i en situasjon som alle benytter seg av på ukentlig basis. Han sier at innenfor disse rammene forekommer det korrupsjon. Men at vi i norsk hverdagskontekst har gitt det er mildere ord, *svinn*, og at det kan være kalkulert korrupsjon. Dette siste argumentet som Sommerfeldt benytter seg av er av litt vag karakter og kan tolkes i ulike retninger. Det vil være en oppvekker for mange i en norsk kontekst å se at det også i Norge finnes former for korrupsjon, men at vi da har funnet systemer som gjør at vi kan leve med denne typen korrupsjon. Den andre tolkningen som for mange kan være vanskeligere er å godta tolkningen om at fordi det finnes korrupsjon på hjemlige arenaer, må vi akseptere at det også vil være korrupsjon andre steder. At det bør være et handlingsrom for korrupsjon også innenfor bistandssektoren. Jeg mener at det han forsøker å si, er noe av det samme som jeg har forsøkt å skrive tidligere i dette kapittelet. At det vil være nær til umulig å utrydde korrupsjon, men at vi innenfor de rammene vi har må jobbe for å gjøre korrupsjonen så liten som mulig.

Utfordringen som bistandsorganisasjoner har til forskjell fra varehandelen er hvilke type penger man håndterer. For en varehandel så er det penger som er ervervet gjennom salg av varer eller tjenester og fremstår av den grunn som penger med spesifisert bruk. Penger forvaltet av bistandsorganisasjoner er gaver og midler vi har satt organisasjonene til å forvalte på best mulig måte. Selv om det er en gave uten noen form for tilgodelapp, så ønsker giverne at de midlene vi investerer skal få best mulig avkastning og ikke nødvendigvis være med på å subsidiere enkeltindivers makt og personlige økonomiske vekst. Hvilke appell og kraft ligger det i at en generalsekretær tar opp dette spørsmålet? Denne tematikken er ikke bare gyldig i KN, men problematikken omkring korrupsjon er en del av den norske og den internasjonale bistandsbransjen. Den innebærer et tankesett og en holdning til korrupsjon om hvordan man skal kommunisere denne problematikken. Så må spørsmålet for norske organisasjoner være hvordan de ønsker å angripe korrupsjonstanken. Velger man en ydmyk og erkjennende fremgangsmåte for så forsøke å jobbe mot mer korrupsjon, eller er

det overordnede målet viktigere enn måten de kommer frem til målet på? Resultatet de kommer frem til ut fra dette spørsmålet vil også være med på å forme organisasjonens kommunikasjon og forhold til media.

7.5 Oppsummering

Når jeg ser radioen som en kommunikasjonskanal for appell og tilbakemelding slik jeg forstår det ut ifra forskningsspørsmålet, er det relevant å se at radio som medium ikke utspilt sin rolle. Radioen er del av en større mediestrategi og det er enkelt å forstå at KN ser behovet av å kunne kommunisere også til målgruppen som benytter seg av radiomediet. Selv om radioen primært fungerer som enveiskommunikasjon i masseform, er viktigheten av å få gitt ut KN sin appell og tilbakemelding større, enn behovet for respons. Det kan også tenkes at en eventuell respons vil rettes til KN og ikke til NRK som bare representerer kanalen hvor budskapet er blitt formidlet.

Det kan tenkes at KN i sin strategi kontekstualiserer budskapet sitt til det mediet og den målgruppen som benytter radioen som medium. Slik statistikken viser i dag, er målgruppen for radio, økende i alder. KN som avsender kontekstualiserer sitt budskap til den statistikk som ligger til grunn. Det poenget som jeg ønsker å fremheve med dette er når jeg ser hvilke sendeflate som KN opererer innenfor, som i dette tilfellet er Dagsnytt 18, så bærer også kommunikasjonen preg av å ha høy faglig relevans. Radioen tar opp noen av de større og mer komplekse situasjonene som kommer ut av en slik krise og denne type arbeid, enn hva en vil se eksempelvis på sosiale medier. Tematikk som korrupsjon og den teologiske vektingen omkring det å gå til nattverd med fienden, er temaer som lettere lar seg utdype på en forståelig måte via radiomediet enn i tekstformatet.

Hvor godt KN får kommunisert sin appell og tilbakemelding vil i stor grad være reflektert i deres forståelse av hvem som er målgruppen og mottagerne for budskapet. Når KN benytter seg av radioen som formidlingskanal setter det større krav til avsenderen i forhold til å male frem visuelle bilder som gjør at lytteren blir engasjert og senderen oppnår hensikten med å kommunisere slik

som han gjør. Slik sett representerer radioen den kanalen som både er informativ og konativ i den form at radioen i tillegg til å være allmenndannende har en underforstående retning de ønsker at lytteren skal bevege seg i. Om målsetningen er å få folk til og gi penger eller om det er personlig engasjement er i denne sammenheng lite interessant. Det interessante skjer omkring kommunikasjonsprosessen som gjør at det skjer en endring. KN vil ut i fra konteksten man opererer i kunne si at man skaper en appell og gir en tilbakemelding. Ved å ha generalsekretæren tilstede som representant for organisasjonen har KN en person som bygger tillit og respekt blant målgruppen.

8.0 Ekstern medieanalyse – TV mediet

TV som medium klarer å påvirke de fleste av våre følelser. Jeg vil i dette kapittelet forsøke å se nærmere på hvordan KN bruker TV-mediet for å gi tilbakemelding, men også for å vise effekten av innsamling på TV. Fordelen av å kunne kommunisere med både lyd, tekst og bilde, gjør at dette mediet på en bevisst måte kan være med på å påvirke individers kunnskapsbase. Samtidig kan det appellere til de emosjonelle sidene i et menneskeliv. Ser man på brukergruppen til TV som medium skiller det seg fra andre medium ved at det er relativt stor tilgang for individer å se på TV. Mediebarometeret viser at 96% av Norges befolkning har tilgang på NRK, og så mange som 90% har tilgang til TV2.¹⁶³ Denne statistikken viser oss ikke hvor mange som ser på TV til enhver tid, men det gir oss en oversikt over hvem som har tilgang på mediet. Ut i fra dette gjøres det også statistikk for cirka hvor mange som ser på de ulike programmene, dette gjøres ved at et selektivt utvalg i befolkningen dokumenterer sine medievaner. Jeg kommer ikke til å gå noe videre inn på dette. Men det er denne informasjonen som over tid, danner grunnlaget for å kunne se folks medievaner. Det er også denne type data og statistikk som dokumenterer at vi ser mindre TV i sommerhalvåret.

I dagens samfunn kan TV være med på å fortelle historier etter hvert som de faktisk skjer på ulike steder i verden. Slik blir verden knyttet sammen raskere, i både tekst, lyd og bilde. TV mediet er på mange måter en representant for den teknologiske globaliseringen som vi er vitne til. Denne utviklingen vil i mange tilfeller være knyttet opp til mobiltefonteknologi og muligheten for å filme og laste opp filmer til internett på en rask og effektiv måte. Informasjon lages, publiseres og arkiveres online og slik for alle som benytter denne teknologien tilgang på informasjonen. Slik kan vi plukke opp informasjon som skjer over hele planeten innen sekunder fra det er blitt publisert. Ser vi på TV mediet som kommunikasjonskanal, vil også bistandsorganisasjoner være med på å forme det budskapet som blir formidlet. Organisasjoner kan få "ekspertstatus" og i en slik

¹⁶³ Norsk Mediebarometer 2010, Lastet ned: 27.03.2012
<http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

sammenheng være med på å spre informasjon om situasjonen ute i verden til innbyggere i Norge. I en slik situasjon vil da også budskapet være allmennbyggende.

Jeg ønsker å se på hvordan KN bruker sendetid til å formidle både appell og tilbakemelding, videre vil jeg se hvordan KN via enkeltpersoner kan være med på å motivere til en innsamling og støtte. Denne saken har vendingen sin i at det blir formidlet en direkte appell til målgruppen om å gi penger spontant arrangert på direktesendt TV. Intervjuet som i sin opprinnelige form skulle være en tilbakemelding om noen som har utgjort en forskjell for andre blir snudd til å bli en direkte appell.

8.1 Å formidle appell med bilder?

Hvordan håndterer KN utfordringen med mangelen på menneskers lyst til å gi? Dette var tematikken i et nyhetsinnslag sendt på Dagsrevyen den 19 juli 2011. Involvert i denne reportasjen var det både bistandsaktører og representanter fra myndighetene. Tematikken som de alle presenterte var mangelen på folks giverglede. Dette er også fokuset som mediene i denne perioden publiserer: Mangelen på engasjement for Afrikas Horn og villighet til å gi penger. Nyhetsankeret introduserer reportasjen med å si: "Da skal vi se at nordmenn ikke åpner lommeboka for å hjelpe i de katastroferammede områdene på Afrikas Horn."¹⁶⁴

Dette er presentasjonen av den nåværende situasjonen i Norge hvor det norske folk blir fremstilt som gjerrige og lite villige til å gi hjelp til mennesker som skulle trenge det. Denne introduksjonen samsvarer lite med annen informasjon som henviser til at Norge er på topp når det gjelder giverglede.¹⁶⁵ Vi vil også se at mediene senere i perioden, har endret mening omkring folk sitt giverengasjement.¹⁶⁶

¹⁶⁴ Dagsrevyen, NRK1, 19.07.2011

¹⁶⁵ Vermes "OECD-rapport om bistand: Norge best på bistand i 2010". Lastet ned: 03.04.2012 <http://www.abcnyheter.no/nyheter/2011/10/28/norge-best-pa-bistand-i-2010>

¹⁶⁶ Grolid "Nordmenn med enorm giverglede til utlandet etter terrorangrepene." Lastet ned: 03.04.2012 <http://www.nrk.no/vitenskap-og-teknologi/1.7730119>

Det er viktig å fremheve at denne katastrofen nådde en topp da det norske samfunnet var inne i en ferieavviklingsperiode. Slik kan det virke som at bistandsbransjen og myndighetene forsøker via mediene å skape dårlig samvittighet hos folk, for å fremkalle mer engasjement. Om denne strategien er en god strategi, tror jeg kommer an på hvilke parameter man ønsker å måle i etterkant. På kort sikt kan man kanskje se en økning i kroner, men jeg stiller meg undrende til hvor mange ganger en slik strategi kan gjenbrukes før den har mistet sin appell og effekt. Det kan argumenteres for at det brukes sterke virkemidler for å trenge inn til folk når det er feriemodus. Man må derfor spille på noen litt mer sensitive strenger, enn de kunne gjort hvis krisen skjedde på et annet tidspunkt.

Videoklippet som vises er hentet fra KN sitt lager i Norge og gir givernes muligheten til å se at vi fysisk sender vann-reuseutstyr til Etiopia. Vi får se de faktiske produktene bli sendt fra Norge for å yte hjelp. Å se at vi sender livreddende utstyr, kan være med på å trigge mennesker til å gi og gjøre mer for andre mennesker. Ut i fra informasjonen gitt i dette klippet får en vite at dette som nå sendes kommer til å hjelpe opptil 10 000 mennesker med å forsyne dem med rent vann. Men i tillegg til å informere om hvor mye hjelp dette bidraget gir, er det også en bevisst holdning å også si at dette er den verste krisen på 60 år, og behovet for nødhjelp er så mye større! Slik blir det også formidlet at vi må ikke slutte å gi, fordi vi nå har gitt utstyr som kan redde 10 000 mennesker.

Atle Sommerfelt sender ut en oppfordring om å støtte opp: "Tørkekatastrofer er etter erfaring krevende å mobilisere momentant støtte til fordi at bildene er så langsomme og katastrofen utvikler seg så langsomt." ¹⁶⁷ Kommentaren til Sommerfeldt, formidler vanskeligheten av å skape engasjement og giverglede i forhold til denne type krise. Fordi denne typen krise er langsiktig i tidsperspektiv og utviklingen skjer langsomt. Det er interessant å se i denne sammenheng at det er det lange tidsperspektivet som er utfordringen i forhold til innsamling av penger. Spørsmålet en kan stille seg er hva som gjøres av preventivt arbeid, både

¹⁶⁷ Dagsrevyen, NRK1, 19.07.2011

for å motvirke krisen der den er, men også i et innsamlingsperspektiv. Jobber KN preventivt i en slik periode er det ikke nødhjelp som de primært samler inn penger til, da vil de jobbe for å utvikle strategier og handlinger som motvirker eller reduserer behovet for nødhjelp. Det gis ingen utdypende begrunnelse for hvorfor innsamlingsarbeidet går sakte, utover det som allerede er nevnt i denne avhandlingen. Men jeg ser ut i fra datoen på publiseringen av denne reportasjen at utstyret for å rense vann ble sendt i perioden rundt 19 juli 2011. Dette i seg selv virker selvmotsigende i forhold til å yte nødhjelp til dem som trenger det mest, når krisen da skal ha vært aktiv over en lengre periode allerede. Sånn sett kan det virke som at man bevisst ønsker å jobbe for nødhjelp i stede for langsiktig utvikling.

8.2 Hva skaper appell?

En gjennomgående tematikk hos flere i denne reportasjen, men også i hele avhandlingen har vært vanskeligheten av å generere nok engasjement omkring denne sultkatastrofen. I innslaget fra Dagsrevyen er den gjennomgående tematikken en appell om å gi økonomisk støtte til de rammede på Afrikas Horn. En felles stemme blir utgangspunktet for forståelsen av dette innslaget. Representanter fra både myndigheter og de ulike aktørene som jobber med å utføre bistand- og nødhjelp, har en felles stemme i oppfordringen om å gi mer. NRK reporteren beskriver situasjonen slik: "Neste stopp Etiopia. Nå håper Kirkens Nødhjelp at nordmenn åpner lommebøkene slik at det blir flere sendinger til Afrikas Horn."¹⁶⁸ Dette kan tolkes i en retning hvor det er en avhengighet til det individuelle bidrag, og i den grad dette ikke er påtvunget kan mangelen på bidrag få konsekvenser for fremtidige utsendinger til Afrikas Horn.

I hvor stor grad skaper et slikt innslag appell i den form av at det skaper et engasjement og et ønske om å bidra, kan være vanskelig å forutse. Det som jeg i en slik sammenheng vil stille spørsmål til er. Hvor lenge organisasjonene kan benytte en fremgangsmåte som forventer at det private initiativet skal være med å bidra? Grunnlaget for å komme med et slikt spørsmål vil være hvorvidt det å

¹⁶⁸ Dagsrevyen, NRK1, 19.07.2011

spille på menneskers samvittighet for å skaffe donasjoner vil være tjenlig over en lengre tidsperiode. Tidligere i kapitlet har Atle Sommerfeldt bemerket at "Tørkekatastrofer er etter erfaring krevende å mobilisere momentant støtte til"¹⁶⁹ Denne utfordringen som han presenterer er på mange måter en utfordring til bistandsbransjen og media generelt. For å forstå hvordan de på best mulig måte kan få til en appell som skaper engasjement, og får belyst problematikken. Løsningen som er gjort i det reportasjen NRK gjorde 19 juli 2011, reflekterer ikke en god løsning på utfordringene omkring det å skape appell. Det er bevisst valgt en strategi som skal appellere til individets emosjonelle side, ved å fokusere på skyldfølelse for ikke å bidra med å gi. Dette er en kortsiktig strategi som ikke tar opp i seg at det vil komme flere katastrofer også i fremtiden.

Det som skjer med denne typen appell, kan være en myndiggjøring av giverne og en ansvarsfraskrivelse fra bistandsorganisasjonene og myndighetene, med tanke på hvem som skal ha ansvaret for at jobben blir gjort. Sagt med andre ord blir nå de som gir, eller velger å ikke gi til denne saken satt til ansvar for katastrofens utvikling.

8.3 Innsamlingsappell i et talkshow.

NRK har i flere år laget et samtaleprogram, "*Sommeråpent*" som blir sendt på kvelden i sommerukene. For mange mennesker kan det virke som det er blitt tradisjon å følge dette programmet på lik linje som man følger julenøtter, eller påskekrimmen. Med et seertall som ligger rundt 600 000 seere per program er dette mye i løp av sommeren. Tallene reflekterer at det ligger noe forankret her i en tradisjon som strekker seg tilbake til 1993.¹⁷⁰

Materialet for denne oppgaven er hentet fra Sommeråpent 08.08.2011 og tar så for seg Afrikas Horn og hvordan det går an å hjelpe selv om man bare er en person. Det som er spennende med denne sendingen er hvordan det både gis tilbakemeldinger i form av fysisk tilstedeværelse i regionen, men også den

¹⁶⁹ Dagsrevyen, NRK1, 19.07.2011

¹⁷⁰ Lunde. "*Disse jentene knuser konkurrenten.*" Lastet ned: 04.04.12

<http://www.dagbladet.no/2011/06/29/kultur/sommerapent/sommertid/nrk/tv2/17113359/>

direkte appellen omkring det å gi penger. Det ikke bare er snakk om hva du gir til, men en direkte formaning om hvordan du gir. Et av spørsmålene jeg vil forsøke å finne svar på er hvordan en persons kommunikasjon og budskap kan være med på å skape det engasjementet som media og bistandsorganisasjonene har etterspurt. Hva er det en person gjør, som vi ikke har sett så mye av i tidligere kampanjer i denne perioden?

Det kan virke som NRK ønsket en vikling på denne krisen som kunne være med på å motivere folket til og bidra med å gi sin støtte til Afrikas Horn, men i stede for å angripe dette fra en nyhetsvinkling valgte NRK å få høre to forskjellige personlige historier. Disse fortellingene kan være med på å vise at det er mulig å hjelpe selv med små ressurser når hensikten og målet er å skape en bedre verden. Jeg kommer til å fokusere denne analysen på historien til Anne Louise Hübert¹⁷¹, som driver egen bistandsorganisasjon og som i denne sammenheng også er knyttet opp til KN sitt arbeid på Afrikas Horn.

8.4 Et individets historie

Den individuelle historien er den som forteller oss som mottagere at bistand nytter. Det er dette gode budskapet som Hübert formidler ut, at det nytter. Et slikt positivt utgangspunkt for en sak, er i mange medier mer sjeldent enn historier som omhandler korrupsjon eller nødhjelp som forsvinner i hendene på lokale krigsherrer. Dette kan ha noe med den bevisste profilen som Sommeråpent som program skal ha. Det kan virke som at deres profil er lett fordøyelig og at det er et overhengende fokus på det positive selv om de omtaler situasjoner ute i verden som i utgangspunktet kan fremstå som negative. I sammenligning med andre temaer tatt opp i denne oppgaven, kan dette programmet ha store likhetstrekk på den kommunikasjonen vi ser i KN sin interne kommunikasjon, hvor det er et større fokus på å få formidlet de positive historiene fra sultkatastrofen. Slik sett er drypp av positive historier med på å balansere mediebildet og de gir en forståelse av hvordan bistandsarbeid fungerer slik at det også vil være enklere å skape et engasjement som involverer penger.

¹⁷¹ Anne Louise Hübert er grunnlegger av Aid in Action, Morembo og samarbeider med KN om innsamling til Afrikas horn.

Anne Lindmo¹⁷² gir en introduksjon og presentasjon av Anne Louise Hübert som gir stor appell til mottagerne, hun blir presentert som grunnlegger av en bistandsorganisasjon som nå også samarbeider med KN, ved og organisere en innsamlingskampanje for de sultrammede. "Du er 22, og har laget din egen hjelpeorganisasjon som heter Aid in Action, også har du nå i løp av tre uker samlet inn 360 000 kroner, hvordan har du gjort det?"¹⁷³

Mengden informasjon denne setningen er enorm, derfor vil jeg forsøke å dele setningen opp å se på den stykkevis. Lindmo beskriver ei jente som er 22 år gammel og som allerede har startet egen bistandsorganisasjon. Bakgrunnen for denne organisasjonen var en livsforandrende backpacker tur til Kenya. Et møte med sultne skolebarn, gjorde at hun kunne ikke la være å hjelpe dem. Faktumet at Hübert er 22 år gammel representerer et ungdommelig pågangsmot, som ønsker å utgjøre en forskjell med det arbeidet som hun gjør. Hun representerer en minoritet av det norske folk som aktivt har gått ut for å gjøre en forandring. Hennes engasjement er grunnlagt i en personlig opplevelse og et brennende engasjement for denne regionen.

Videre presenterer Lindmo tidsaspektet som Hübert har brukt på å samle inn pengene. I tre uker før dette programmet ble sendt har innsamlingsaksjonen pågått. Det bringer oss tilbake til den 18 juli, som er i starten for KN sin innsamlingskampanje. Dette er også innenfor den tidsperioden hvor Norge ble rammet av terror. Likevel klarer hun å samle inn penger til Afrikas Horn i en periode etter 22 juli, hvor nasjonen er i en sjokktilstand. I denne perioden skulle man tro at all form for bistand ut over landets egne grenser ville kollapse. Det skjedde ikke, men i stede opplever KN noen dager etter terroren et økende engasjement for å hjelpe andre.

¹⁷² Anne Lindmo er kjent som programleder på NRK, blant annet fra Store Studio.

¹⁷³ *Sommeråpent* NRK1, 08.08.2011

8.5 Nytenking og direkte appell

Jeg ønsker nå å trekke frem en lengre del av Sommeråpent for at vi skal forstå konteksten Hübert står i og hvordan hun appellerer til sin målgruppe. I tillegg til appellen er dette avsnittet interessant, fordi hun gjentar den fremgangsmåten hun har brukt de siste 3 ukene direkte på TV. På mange måter skaper Hübert et nytt og landsdekkende engasjement rundt sultkatastrofen. Hun legger frem mulighetene for hvordan mottagerne av budskapet enkelt kan delta og bidra.

Det jeg først gjorde var å ta kontakt med Kirkens Nødhjelp, og spurte dem om de trengte hjelp. Og det gjorde de, de hadde 25 barneskoler med nesten 7000 barn. Så satte jeg i gang på Facebook, lagde en event som heter "Nødmelding, Barna i Somalia trenger mat nå. 2 kroner pr måltid," Også fikk jeg et nummer fra Kirkens Nødhjelp (Hun trekker frem mobiltelefonen sin. Holder den opp og snakker til de som sitter her og på TV) 2090 med kodeordet MAT, så alle som sitter her og som ser på TV bør sende melding, da gir man hundre barn mat. MAT til 2090. Også har pengene kommet inn.¹⁷⁴

Denne kampanjen startet som et lite Facebook arrangement. På et sosialt medium som spres via venner og kjente dette skaper videre en personlig kjedereaksjon, fordi blir invitert til å delta av noen man kjenner. Dette gjør også at kampanjen kan spres ut til en stor gruppe mennesker, sett at det i gruppen er initiativ til å spre budskapet. Hun har valgt å benytte internett og sosiale medier som kommunikasjonskanal for innsamlingsarbeidet utelukkende. Dette vil hjelpe til å holde kostnader nede, samt at det når ut til en annen gruppe enn dem man når ut til via tidligere mediekanaler, som radio, tv og trykte medier. Denne bruken av sosiale medier er i norsk sammenheng, nokså ny og i liten grad utnyttet fullt av bistandsorganisasjoner. Det jeg kan se ut fra denne prosessen er at sosiale medier er et alternativ eller et tillegg til eksisterende og tradisjonelle måter å samle inn penger til. I det teknologien skaper nye arenaer og medieplattformer for å skape et sosialt engasjement, kan vi også være med på å oppmuntre mennesker til å gi.

¹⁷⁴ Sommeråpent NRK1, 08.08.2011

Budskapet som Hübert formidler via Facebook er enkelt, forståelig og konkret. Det er striglet for flotte ord som skal sette standarden for mottagerens fokus. Ordet "nødmelding" gjør i selv at du ser to ganger på hva som formidles. Dette bare for å være helt sikker på at man har forstått budskapet som kommuniseres. Nødmelding er ikke et ord som ofte benyttes i dagligtalen, men er i mange tilfeller reservert til spesielle hendelser. Grunnen for at ordet "nødmelding" har slik appell kan ligge i dets tyngde. Det er et ord som i mange tilfeller knyttes opp mot mer informasjon. Eksempelvis kunne det ha vært *nødmelding – lytt til radio*. Som ville være en melding som vil være av nasjonal interesse. Slik fyller dette ordet sin hensikt, ordet henviser til at vi aktivt gjør en ny handling. De personene som så starter denne handlingen ved å klikke videre har større sannsynlighet for å bli påvirket av den informasjonen som bistandsorganisasjoner kommer med i det givne kommer innenfor budskapet omkring nødmeldingen.

Nødmeldingen bygger opp til de neste ordene som kommer. Ordene det har fanget blikket og jobber nå med å få hjernen med på aktiviteten. "Barna i Somalia trenger mat nå. 2 kroner pr måltid"¹⁷⁵ Denne setningen bygges opp av noen nøkkel ord. Barna i Somalia, gir konteksten for hvem det gjelder. Når organisasjonen kommuniserer *barna*, så appellerer de også til det mest dyrebare vi har. Dette kan være med på å sette ting i perspektiv. Barna er mottagerne av den hjelpen som du gir. Hva du gir er maten, og det er satt i sammenheng med beløpet du gir, blir det klart at en har et annet perspektiv på hva et måltid koster i Somalia enn i Norge. Slik sett blir beløpet du gir overført i fysiske måltider som er lettere å se resultater av, enn støtte som blir generert inn til en organisasjon sentralt. Dette stiller da selvfølgelig krav til organisasjonen om at de pengene som blir sendt inn for å dekke måltider, faktisk går til måltider. Hvis ikke faller denne formen for kommunikasjon i dårlig jord. Det siste ordet som jeg ønsker å trekke frem er "nå". Dette lille ordet forteller om et behov som er her og nå, det er ikke frem eller tilbake i tid, men reflekterer faktiske hendelser som pågår nå. Som en videreutvikling av dette ordet velger de også å legge til rette for at du bidrar nå. De teknologiske forutsetningene med bankkonto og SMS tjeneste gjør at forholdene for denne typen kommunikasjon ligger til rette for suksess.

¹⁷⁵ Sommeråpent NRK1, 08.08.2011

Ved å fortelle sin egen bakgrunnshistorie og ved åpent fortelle hennes innsamlingsstrategi via sosiale medier slikt som Facebook, skaper Hübert et rom som gjør at hun kan selge inn sitt budskap også til TV seerne og til dem som fysisk er tilsted for å følge dette programmet direkte. Hun benytter sendeflaten på nærmere 600 000 potensielle givere, til å skape en fysisk deltagende respons. Ved at hver enkelt en kan være med på å bidra, bare ved å sende en SMS til det spesifikke nummeret og være med på å gi 200 kroner eller 100 måltider. Dette enkle budskapet var med på å genere et større pengebeløp på noen få minutter, bare gjennom direkte SMS tjeneste. Hva forteller dette oss som lesere?

All informasjon som jeg har skrevet om tidligere omhandler vanskeligheten om å genere penger. Men jeg har også snakket om konstruktiv tilbakemelding og kreativ appell. Om dette kan defineres som kreativ appell tror jeg ikke er opp til meg å avgjøre. Men jeg tror det er en sammenheng mellom det å gi en positiv tilbakemelding i forkant av en positiv appell, hvor de teknologiske forholdene er lagt til rette. At TV opptredenen var en utløsende faktor for dette store engasjementet kom så fort kan ikke undervurderes, men det ligger et også et godt stykke arbeid gjort i de tre foregående ukene som har samlet inn store beløp også der. Ut i fra fundraising teorien er det spesielt et område som utpeker som viktig for fremgangsmåten i innsamlingen. Det Hübert har gjort og direkte gjør i denne TV-opptredenen. Hun presenterer en sak og hun ber om penger. Reklameuttrykket fra Rema1000, kan i dette tilfellet oppsummere det. *"Det enkle er ofte det beste."* Det er penger du ønsker, så er det penger du ber om. Dette prinsippet, er i de aller fleste tilfeller en selvsagt ting. Men når det kommer til begrepet penger, kan det fort virke som at det blir for pågående og på grensen til uhøflig. Dette kan være fordi organisasjoner beveger seg inn i på individuelle og personlige områder, hvor penger for mange er viktige byggesteiner i forståelsen av selvet. Når noen ber om å få av det om identifiserer individet, kan det for begge parter være ubehagelig.

8.6 Oppsummering

TV som medium for organisasjoners appell og tilbakemelding er helt avgjørende for hvilke resultat i form av pressedekning, men også resultat i kroner som de ønsker å sitte igjen med. Det som det er viktig å understreke også i dette mediet som i andre medium er at det finnes ulike former og kontekster som budskapet formidles via. Selv innenfor en enkelt mediekanal. Dette gjør at KN som en bistandsorganisasjon også må tilpasse innholdet i kommunikasjonen på en slik måte at KN kommer best ut av situasjonen. Således gir TV mange muligheter til å best mulig kunne nå ut til store målgrupper.

Sosiale medier og internett er et område som er lite berørt i denne analysen, men som i større grad blir utforsket av bistandsorganisasjoner i dag. Hübert sin kampanje kan i så grad sees på som banebrytende i forhold til å samle inn penger for å yte bistand. I etterkant av denne aksjonen har jeg sett at KN har startet et arbeid for å bli mer synlig på sosiale nettverk og således være en organisasjon som vil tilpasse seg den teknologien som finnes i dag for å kunne være forberedt til å møte nye kriser.

Fremgangsmåten som ble benyttet under programmet "Sommeråpent", er således banebrytende fordi den er spontan og ikke regissert. Sett i retrospektiv kan dette få todelt konsekvens. Det kan skape mer skepsis hos mediene, i forhold til at organisasjoner kan planlegge "skjulte" pr-stunt. Eller det kan innarbeides som et akseptert moment, så lenge hensikten gagnar samfunnets oppbyggelse og det gode. Da vil kanskje effekten av slike spontane moment bli mindre, fordi det er blitt allment akseptert å gjøre slike kampanjestunt. Det kan konkluderes med at innsamlingskampanjer på TV kan bygges opp rundt positive tilbakemeldinger fra katastrofen. Jeg ser at den måten organisasjoner kan skape appell i en slik setting, som Hübert er i er å spørre om penger. En erkjennelsen om bruken av pengene og en åpenhet i tilbakemeldingen. Denne strategien står i stor kontrast til det mediebildet som NRK også publiserte tidligere i denne avhandlingen. Der var strategien for innsamling av frivillige gaver, å skape en dårlig samvittighet i befolkningen for slik å skape et engasjement.

9.0 Oppsummering og konklusjon

Denne avhandlingen har hatt som mål å se hvordan Kirkens Nødhjelp kommuniserer appell og tilbakemelding til sine givere. For å kunne svare på denne formuleringen har jeg valgt å belyse forskningsspørsmålet fra ulike teoretiske perspektiver. Grunnlaget for å kunne gjøre nytte av så ulike teorier som kommunikasjonsteori, orientalisme og fundraising perspektiver, har jeg valgt fordi jeg mener at ulike teorier representerer ulike innfallsvinkler opp mot forskningsspørsmålet. Slik jeg tolker materialet og benytter teoriene i denne avhandlingen, har jeg lagt til grunn at budskapets innhold er likt, uavhengig av kontekst. Det som jeg i forhold til forskningsspørsmålet har sett er at KN som organisasjon benytter et likt budskap som blir kontekstualisert inn til ulike medier. Fordi vi kan ulike presentasjoner av budskapet, får vi også se hvordan KN søker etter å kontekstualisere budskapet til spesifikke målgrupper. Utfordringen KN står ovenfor i denne type kommunikasjon er å kunne skape et engasjement som står i samsvar til forventningene. Når man ser på kommunikasjonen rundt innsamlingsarbeidet, bygger dette opp rundt teorien som er blitt beskrevet i kapittel 4. Hvor kommunikasjonens hensikt og innhold står i fokus. Hvordan KN formidler sin appell og tilbakemelding vil også prege utfallet av hva de ønsker å få ut av en situasjon. Som Hübert gjør det på Sommeråpent, så handler det om å be om penger, samtidig som forholdene må legges til rette for at folk skal kunne få gi. Dette er med på å bygge både organisasjonens omdømme i samfunnet, men også inn mot den respektive kampanjen. Dette er en fremstilling som har valgt å følge opp den positive kommunikasjonslinjen vi ser i den interne kommunikasjonen, og også overføre den på innsamlingsperspektiver. Det er i denne avhandlingen også fremstilt motsetningen til denne formen for innsamling. Den andre formen har til hensikt å fylle mennesker med dårlig samvittighet ovenfor manglende deltagelse. Det er her viktig å se at dette handler om å bygge kultur, og identitet. Bygger vi den på å spre negativitet, er det også negativitet vi får igjen. For mange kan den orientalistiske verdensforståelsen være med på å prege givergleden. Ser jeg på KN som organisasjon og bistandsbransjen generelt ser jeg at det gjøres forsøk for å motvirke en orientalistisk tankegang, men jeg ser også at det finnes steder hvor

vi i dag også kommuniserer med et imperialistisk språk. Jeg vil i denne oppsummeringen forsøke å se nærmere på forskningsspørsmålet fra både den spesifikke katastrofen og fra mer generelle termer. Til slutt ønsker jeg å vise hvorfor denne avhandlingen er et bidrag til forståelsen omkring forskning innenfor humaniora og samfunnsvitenskapene.

9.1 Avhandlingens oppsummering på kampanjen på Afrikas Horn i 2011

Hensikten med denne avhandlingen var å se hvordan KN som organisasjon kommuniserer appell og tilbakemelding til giverne. Hva er hensikten med å generere appell og gi tilbakemelding? I denne avhandlingen er det primært to syn jeg vil legge frem. Det ene er et økonomisk ønske om å generere mer inntekter til denne spesifikke kampanjen og til KN som organisasjon. Det andre synet vil være å skape synlighet og publisitet for egen organisasjon. Dette viser til at appellen og tilbakemeldingens hensikt må være å skape motivasjon og engasjement for saken og organisasjonen. Disse to synene er på mange måter tett knyttet til hverandre, fordi et potensielt resultat av å skape et engasjement må sees i sammenheng med økonomi og individers giverglede. Derfor dreier mye av kommunikasjonen, slik den er forstått i denne analysen seg om hvilke type engasjement skaper ulike kommunikasjonskanaler. Når jeg setter dette i sammenheng med Jakobson sin kommunikasjonsteori, er det forståelsen av informasjonens kraft ved å være både informativ, konativ og emosjonell. Disse tre funksjonene preger en stor del av kommunikasjonen som KN gjør. Det informative ser på konteksten til det budskapet som skal formidles og forsøker å sette ting i sammenheng. Den konative funksjonen som skal overbevise og legge til rette for mottagerne av budskapet til å gjøre de rette valgene, mens den emotive eller emosjonelle funksjonen ser på avsenderens følelse for budskapet, håpet er også at noe av denne følelsen skal overføres i kommunikasjonen.

Noen former for innsamling generer penger som en engangshendelse, mens andre kampanjer jobber med en fremhevning av organisasjonens synlighet og identitet i samfunnet. KN som organisasjon operer innenfor begge disse forståelsene, i forståelsen av seg selv som organisasjon og som en påvirker

ovenfor mediene og myndighetene. Det denne avhandlingen kan vise til er hvordan KN mer eller mindre bevisst tilpasser sin kommunikasjon til ulike medier og ulike målgrupper. Budskapet som KN vil kommunisere er i alle medier likt, men det er ulik innpakning ovenfor hvilke kanal og hvilke målgruppe de skal kommunisere med. Når jeg ser på mye av den kommunikasjonen som legges frem, er det tydelig at KN ønsker å være en pådriver for langsiktig utvikling, samtidig som det kan se ut til å enklere å fokusere innsamlingene av penger rundt tematikk som omhandler nødhjelp. Denne fokuseringen må kanskje sees i sammenheng hvordan media fremstiller krisen. Men også i hvordan bistandsorganisasjoner bevisst venter med innsamlingskampanjer for å skape et større engasjement. Spørsmål til videre forskning på dette feltet kan være hvor mange barn må miste livet før vi oppnår et dramatikknivå i krisen som gjør at bistandsorganisasjoner får publisitet og på hvilke måter kan bistandsorganisasjoner jobbe preventivt for å forhindre sultkatastrofer som Afrikas Horn 2011 og samtidig få mediedekning for katastrofen. Disse spørsmålene vil ta for seg både preventivt arbeid i forkant av katastrofer, men også kampanjearbeid for slike kriser i Norge.

Ser jeg denne avhandlingen i lys av dramaturgiforståelsen kan vi se at Chemers begrunner for en forståelse av erkjennelse som et prinsipp for god formidling av et budskap. Ingen individer er perfekte, men det er i erkjennelsen av individets u-perfektet, at vi blir rettferdiggjort. Når en organisasjon viser sine menneskelige sider, en slik ydmyk fremstilling av organisasjoner vil slik jeg ser det ikke svekke organisasjonen, men styrke dets troverdighet og stryke de relasjonelle båndene til giverne. Slik kan vi også bygge en kultur hvor det ikke forventes bare suksesshistorier, men en arena hvor det er rom for å fortelle realistiske situasjoner hvor det ikke har godt like bra.

KN har under denne kampanjen jobbet på flere medier samtidig for å kunne nå ut til større målgrupper. I sin interne kommunikasjon har de via magasin, plakater, bønneappeller og sosiale medier, spred informasjon og vært med på å skape interesse og engasjement omkring sultkatastrofen på Afrikas Horn. For denne kampanjen laget KN materiale som både skulle brukes i flere ulike

sammenhenger. Av den grunn må KN i sitt materiale også formidle budskapet så generelt at det har lang levetid samtidig som det skal appellere til de ulike målgruppene på de tidspunkt som brukerne gjør nytte av materiellet. I seg selv er ikke dette en enkel løsning. Det KN mister ved å fokusere på lang holdbarhet, er kraft i spissing av budskapet. Et nøkkelord for denne avhandlingen av vært kontekst. Konteksten handler ikke bare om hvordan KN formidler, eller hvem de formidler til. Det er også rammene som budskapet er en del av. Konteksten handler om hvordan budskapet er tilpasset til nå ut til en spesifikk målgruppe. Ser vi på KN som en overordnet organisasjon som skal formidle ut et budskap, ser vi også hvordan KN tilpasser budskapet til målgruppen. En slik tilpasningsmulighet, både i hvilke medium de bruker og hvordan KN presenterer budskapet, kan være den utløsende faktoren for å trigge individers giverglede.

KN spiller en rolle opp mot mediene. Som tilrettelegger av informasjon og som en motsats til det bildet som blir presentert i media. Det fokuseres på at organisasjonene fremstiller de positive historiene nettopp fordi media fremstiller katastrofen fra et annet perspektiv enn hva bistandsorganisasjoner gjør. Det som jeg mener å se antydninger til er at mediene beveger seg over mot den fremstillingsmåten som tidligere bare har vært benyttet av bistandsorganisasjonene. Ser jeg på hvordan KN har valgt å fremstille krisen så bygger den også på et bevisst valgt av hvordan de ønsker å fremstille individer som er berørt av krisen. Jeg har tidligere i avhandlingen beskrevet litt av hvordan bistandsorganisasjoner med en slik fremstilling skaper en avhengighet av at andre viser det "reelle" bildet av katastrofen. Fordi vi som lesere kun får et utsnitt av virkeligheten og ikke hele virkeligheten. Media har i stor grad hatt denne rollen som nyhetsbærer av de realistiske sannhetene. Når så mediene også beveger seg i retning av bistandsorganisasjonene kommunikasjonen kan det oppstå usikkerhet omkring hva som er det reelle bildet av katastrofen som blir presentert.

Denne avhandlingen har sett på ulike arenaer hvor KN har vært representert. Når jeg nå skal knytte noen refleksjoner omkring appell og tilbakemelding, finner jeg det naturlig å vise til TV-mediet og til den spesifikke kampanjen KN hadde på

Birkebeinerrittet. Grunnlaget for disse eksemplene er fordi de økonomisk representerer to ulike resultater, men også hvordan de på ulike måte benytter ulike medium til å skape appell. Hvor TV mediet først gir en tilbakemelding, for så å avslutte med en direkte appell om å fysisk delta med å støtte, er Birkebeinerrittets appell mer tydelig som en synliggjøring av organisasjonens virke og på lang sikt skape tilhørighet og lojalitet til KN blant målgruppen. Begge disse eksemplene bygger på samme budskap, men det er kanalen budskapet blir kontekstualisert og formidlet i som skaper engasjement og interesse for saken. Fordi KN her er representert i to ulike kontekster er det også to ulike målgrupper som de når ut til. Når alle kampanjer og all markedsføring legges sammen vil KN kunne se hvilke former for kampanjearbeid og markedsføring som gir best resultat innenfor de økonomiske premissene som er lagt.

9.2 Forskningsspørsmålets generelle kommunikasjon

Forskningsspørsmålet har også et perspektiv vektlagt mer i den generelle kommunikasjonen som foregår i KN. Disse prinsippene vil være grunnlagt ut i fra den undersøkelsen og analysen som er gjort i sammenheng med Afrikas Horn kampanjen. Når dette er belyst og knyttet opp mot teorien, mener jeg å kunne se perspektiver og vinklinger som vil kunne være allmenngyldige i organisasjonens kommunikasjon og virke.

KN som organisasjon er på mange måter avhengig av at det skjer noe ute i verden for at de som organisasjon skal få mediedekning. Det som jeg mener å kunne se er antydningene til hvordan KN som organisasjon setter et større fokus på holdningsendring hos myndighetene. Tvedt beskriver i sin forskning de tette relasjonene mellom stat og det sivile samfunn. Slik jeg ser det er det ingen grunn til å stille spørsmålsteget til Tvedt sin fremstilling av disse relasjonene. For å skape publisitet omkring egen organisasjon må KN også gjøre seg selv attraktive. Samspillet mellom media og bistandsorganisasjonene er viktig for begge parter i en kampanjeperiode. Det som KN kan rette fokus på er hvor tett knyttet media og bistandsorganisasjoner er i hverandre for å skape engasjement og publisitet rundt denne krisen. Ser vi dette fra kommunikasjonsteorien er det viktig å forstå

at kommunikasjonen handler om å nå ut med et konkret budskap som tolkes likt hos både mottager og avsender. Sett i sammenheng med media så er formidlingskanalen et ekstra ledd, som således krever at avsenderen er enda mer konkret i sin fremstilling for å redusere mulighetene for mistolkning. Samspeillet med media er også viktig for å kunne nå ut med katastrofens budskap til samfunnet. Historisk sett var teateret og dramaet den fremstillingsmåten som nådde best ut til samfunnet i sin tid. I dag har mediene påtatt seg den rollen som teateret hadde i tidligere tider. Hvorfor har dramaturgien viktighet for formidlingen av budskap? Som et gjennomgående tema i denne avhandlingen har konteksten hatt en sentral plass. Hvordan vi tilpasser budskapet både til målgruppe og til ulike mediekanaler er viktig for hvordan en som avsender kan så spredd ut budskapet sitt til størst mulig målgruppe. For bistandsorganisasjoner er spredningen av budskapet viktig også i sammenheng med fundraising perspektivet. For organisasjoner som KN vil det være viktig å både få egen publisitet, men også sikre seg nye givere og skape dette engasjementet for organisasjonene.

Hvordan kommuniserer da organisasjonene? Ut i fra materialet jeg har analysert så ser jeg en klar tendens til at organisasjonene kommuniserer budskapet likt, men tilpasser budskapet til målgruppen og til den kanalen de skal benytte. På en slik måte optimaliserer KN forsøket på å nå ut til flest mulig, best mulig. Det kan også i noen forum virke som at KN til en viss grad fremstiller katastrofer skjevt. Med dette mener jeg at man bevisst velger en fremstilling som vektlegger positive sider ved katastrofen, og er i av den grunn avhengig av at mediene gir et annerledes bilde av situasjonen. Når vi nå også kan se en dreining i mediene mot bistandsorganisasjoners fremstilling, skaper det også en fremstilling av katastrofen som ikke har riktig vektfordeling.

9.3 Avhandlingens bidrag til forskningen

Denne avhandlingen har hatt som formål å belyse et forskningsspørsmål og en problemstilling med ulike perspektiv og teorier. I stede for å sette teorier opp mot hverandre, har jeg valgt å analysere forskningsspørsmålet ved hjelp av flere

teorier og perspektiver. I denne typen forskning som jeg har gjort, mener jeg det vanskelig å finne *en* teori som vil omfavne alle områder og perspektiver. Det jeg kan se etter å ha benyttet en slik metode, er at det i ulike teorier og perspektiver vil det være likhetstrekk. Den åpenbare grunnen for at det er slik er at jeg benytter teoriene på det samme materialet, derfor vil jeg til en viss grad møte på de samme resultatene. Denne fremgangsmåten jeg benyttet i denne avhandlingen minsker utvelgelsesprosessen for analysen, samtidig som denne avhandlingen er resultatorientert i den hensikt at jeg ønsker å belyse spørsmålet ut i fra mine resultater og ikke basert i teorien. Giovanni Battista Vico, som jeg har referert til tidligere, sier at all menneskelig historie er menneskeskapt, og er det da ikke slik også med teorien, at den er skapt av mennesker med en hensikt.

Min hensikt i denne avhandlingen har vært å se hvordan ulike teorier og perspektiver kan belyse en tematikk. Videre er det den felles forståelsen av alle de ulike perspektivene og teorien som sammen danner den forståelsen jeg har fått av materialet. Liksom Susan Sontag sier at et bilde er bare et utsnitt av virkeligheten, er også hvert enkelt perspektiv og teori bare et utsnitt av forståelsen. Sett fra et slikt perspektiv har mitt bidrag til den samfunnsvitenskapelige forskningen vært å åpne forståelsen for flere perspektiver og dermed også kunne få et bredere utsnitt av virkeligheten.

10.0 Litteraturhenvisninger

- Barthes. R, 1964 Rhétorique de l'image, i *Communications*, Abbeville
- Bryman, Alan(2008) *Social research methods* 3rd utg./ed. Oxford: Oxford University Press
- Chemers, M. 2010, *Ghost Light: an introductory handbook for dramaturgy*, Illinois: Southern Illinois University
- Chomsky. N, (1982) *Towards a New Cold War: Essays on the Current Crisis and How We Got There*, New York, Pantheon
- Dabrowski, J. (2011) *To sup with the devil*, Pennsylvania: Word Association Publishers
- Dalland, O. (2007). *Metode og oppgaveskriving for studenter*. (4. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Erichsen, Stein Holmboe. Framnes, Vera Z. (2009) *Mediedesign 3.5 : bilde, tekst, lyd*. 4. utg., Oslo , Gan Aschehoug
- Fiske, J.(1990) *Introduction to Communication Studies*, New York, Routledge
- Gilje, Nils & Harald Grimen (1993) *Samfunnsvitenskapenes forutsetninger*, 3. utgave, Oslo: Universitetsforlaget
- Held, D. et al. (1999) *Global transformations : politics, economics and culture*, Oxford, Polity Press-Blackwell Publishing Ltd.
- Jakobson, Roman. (1960) Closing statement: Linguistics and Poetics, i Thomas A. Sebeok (red.) *Style in Language*. Cambridge, Massachusetts: The M.I.T Press
- Jakobson, Roman. (1979) *Elementer, funksjoner og strukturer i sproget*. København, Nyt Nordisk Forlag.
- Klein. K, (2011) *Fundraising for Social Change*, San Fransisco, Jossey-Bass
- Kohn, G.C "Somalian Civil War of 1991"- in *Dictionary of Wars, Third Edition*, 2007, New York , Facts on File, Inc
- Løgstrup, K. E.: *Den etiske fordring*, 1999,Oslo: J.W. Cappelens Forlag
- Said, E, (1978), *Orientalism*, New York, Pantheon Books, A Division of Random House, Inc
- Said. E, (1993) *Culture and Imperialism*,New York, Knopf
- Shannon. C. E, Weavers . W,(1949) *The mathematical theory of communication*, 1949 Illinois, University of Illinois Press
- Sontag. S, (1977) *On Photography*, London, Penguin Books.
- Tvedt. T, (2003) *Utviklingshjelo, utenrikspolitikk og makt- den norske modellen*, Oslo, Gyldendal Norsk Forlag
- Tønnesen. A, (2007) *Kirkens Nødhjelp – Bistand, tro og politikk*, Oslo, Gyldendal Norsk Forlag.
- Von der Lippe. B, (2003)"*Språk og bilde i massemediene*" i *Medier, påvirkning og samfunn*, Oslo, J.W Cappelens forlag

Artikkel- og netthenvvisninger

Askheim Svein "Afrikas Horn-natur" Lastet ned: http://snl.no/Afrikas_horn/natur

Al-Shabaab *Harakat al-Shabaab Mujahideen* er en bevegelse for unge krigere og betegnes som en Somalsk militsgruppe. Lastet ned: http://www.nctc.gov/site/groups/al_shabaab.html

Bialik, C. "The Challenge of Drawing the Line on a Famine" in Wall Street Journal, publisert 06.08.2011, Lastet ned: 04.02.2012
<http://online.wsj.com/article/SB10001424053111903454504576488673007245358.html>

Dagfinn Høybråtens biografi. Lastet ned: 26.03.12 <http://www.stortinget.no/no/Representanter-og-komiteer/Representantene/Representantfordeling/Representant/?perid=DH>

Fakta om Innsamlingskontrollen: Lastet ned:
http://www.innsamlingskontrollen.no/xp/pub/topp/innsamlingskontrollen/om_innsamlingskontrollen/index.html

Hylland-Eriksen, T, 1994 i Kritikjournalen, Lastet ned 19.04.12,
<http://folk.uio.no/geirthe/Orientalism.html>

Hylland-Eriksen, T, 1998 tekst til programhefte "Nordisk Panorama" Nordisk festival for dokumentarfilm, Kiruna, Lastet ned: 19.04.12, <http://folk.uio.no/geirthe/Eksotisering.html>

Lunde, M, i "Disse jentene knuser konkurrenten" Lastet ned 04.04.12
<http://www.dagbladet.no/2011/06/29/kultur/sommerapent/sommertid/nrk/tv2/17113359/>

Missouri University of Science and Technology Database. Tilgjengelig 21.03.2012:
<http://web.mst.edu/~gdoty/classes/concepts-practices/models.html#jakobson>

Norsk Mediebarometer 201. Lastet ned: 27.03.2012.
<http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

Norsk Riksringkastingss formål og vedtekter. Lastet ned 30.03.12
<http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.5392438>

Office of the Coordination for Counterterrorism-18.03.2008-
<http://www.state.gov/g/ct/rls/other/des/143205.htm>

Opseth, H, "Sultkriser i kø" tilgjengelig 28.03.2012 <http://www.bistandsaktuelt.no/nyheter-og-reportasjer/arkiv-nyheter-og-reportasjer/sultkriser-i-k%C3%B8>

Rattsø utvalget: "Nye roller for frivillige organisasjoner i utviklingssamarbeidet", 16.06.06 tilgjengelig 23.04.2012:
<http://www.regjeringen.no/upload/kilde/ud/pla/2006/0004/ddd/pdfv/283962-rattso.pdf>

Retningslinjer for liturgiske farger: tilgjengelig 26.03.2012:
<http://www.kirken.no/?event=downloadFile&FamID=180732>

Stina Åshildsdatter Grolid i "Nordmenn med enorm giverglede til utlandet etter terrorangrepene." tilgjengelig 03.04.2012 <http://www.nrk.no/vitenskap-og-teknologi/1.7730119>

The Integrated Food Security Phase Classification (IPC) tilgjengelig 21.03.12:
<http://www.ipcinfo.org/attachments/ReferenceTableEN.pdf>

Thomas Vermes i "OECD-rapport om bistand: Norge best på bistand i 2010" tilgjengelig 03.04.2012 <http://www.abcnheter.no/nyheter/2011/10/28/norge-best-pa-bistand-i-2010>

Utenriksdepartementet, *Spørsmål og svar omkring Sultkatastrofen på Afrikas Horn. Tilgjengelig: 13.03.2012* http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/tema/humanitart-arbeid/humanitare-kriser/qanda_afrikas_horn.html?id=651857#lese

Utenriksdepartementet, Pressesenter 10.11.2010 "*Jordsjeldet i Haiti; Spørsmål og svar*" http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/aktuelt/nyheter/2010/haiti_hjelp.html?id=590304

Appendiks

Liste over materialet for avhandlingen.

Materiell fra Kirkens nødhjelp:

Kirkens Nødhjelps interne materiale er beskrevet er i digital form, men for selve avhandlingen har dette materialet også eksistert i fysisk form.

Afrikas Horn Plakat Lastet ned 26.03.12

<http://www.kirkensnodhjelp.no/PageFiles/14531/Plakat%20A3.pdf>

Kirkens Nødhjelps materiell for storskjerm. Lastet ned 27.03.12 :

<http://www.kirkensnodhjelp.no/Engasjer-deg/gjor-en-forskjell/Start-aksjon/>

Kirkens Nødhjelps globale strategi 2011-2015

Prinsippdokument for Kirkens Nødhjelp, Lastet ned 26.03.12:

<http://www.kirkensnodhjelp.no/no/Om-Kirkens-Nodhjelp/Om-Kirkens-Nodhjelp/Prinsipper-og-strategi/>

KN Magasinet nr 04.2011 Publisert av Kirkens nødhjelp, Lastet ned 27.03.12.

<http://www.kirkensnodhjelp.no/Om-Kirkens-Nodhjelp/Publikasjoner/KirkensNodhjelp-magasinet/>

Offerappell for katastroferammede på Afrikas Horn. Lastet ned 27.03.12

<http://www.kirkensnodhjelp.no/Engasjer-deg/gjor-en-forskjell/Start-aksjon/>

Materiell fra eksterne kilder:

Trykte kanaler:

Dåstøl, A, "Mot humanitær katastrofe i Somalia", i Vårt Land, 20.07.2011

Førstesiden "Dette er verdens verste katastrofe", i Vårt Land, 21.07.2011

Hovig, H. "Har ikke glemt de sultrammede på Afrikas Horn" NTB Tekst, 31.07.2011

Høybråten, D, "Afrikas Horn: Krisen må ikke glemmes", Dagsavisen 19.07.2011

Knoop, R. "Flykter fra hunger og tørke", i Aftenposten, 21.07.2011

Midtbøe, "Situasjonen er ute av kontroll", i Vårt Land, 21.07.2011

NTB Trykk, "Ond sirkel i tørkerammet Somalia" publisert på trykk 14.07.2011

Skjeseth, Trellevik, Solberg, "Feriesløvt Norge glemmer Afrika" i Dagsavisen, 22.07.2011

Sommerfeldt, A "Krisen på Afrikas horn" i Vårt Land 21.07.2012

Stina Åshildsdatter Grolid i "Nordmenn med enorm giverglede til utlandet etter terrorangrepene."

<http://www.nrk.no/vitenskap-og-teknologi/1.7730119>, 28.07.2011

Radio og TV kanal:

"Dagsnytt 18", NRK, 15.07.2011, , <http://www.nrk.no/nett-tv/indeks/271024/>

"Dagsrevyen", NRK1, 19.07.2011 <http://www.nrk.no/nett-tv/indeks/271282/>

Sommeråpent NRK1, 08.08.2011 tilgjengelig på National Biblioteket, <http://www.nb.no>