



Sæt ord på din rejse

– gode råd om formidling, der virker



DANSK UNGDOMS FÆLLESRÅD



Om forfatterne

Lisbeth Pilegaard (f. 1968) er sektionsleder i international afdeling på norsk Flyktninghjelps hovedkontor i Oslo. Hun er uddannet i retorik fra Københavns Universitet og har tidligere arbejdet som Flyktninghjelpens regionale repræsentant i Afghanistan, Iran og Pakistan samt ledet nødhjælpsprogrammer i blandt andet Østafrika og på Balkan for blandt andre Dansk Flygtningehjælp.

Lars Michael Sørensen (f. 1966) er freelance netjournalist og konsulent (www.LMSOREN.dk). Han har arbejdet med formidling på nettet siden 1996 blandt andet som onlineredaktør på PC World, webmaster i Falck Danmark og Dansk Røde Kors' Asylafdeling. Han har desuden været med til at oversætte Google til dansk. Lars Michael Sørensen underviser blandt andet i at bygge brugervenlige websteder.

David Trads (f. 1967) er lektor ved Center for Journalistik på Syddansk Universitet. Han er uddannet journalist og har blandt andet arbejdet som korrespondent i Moskva og Latinamerika for Jyllands-Posten, været indlandsredaktør på Radioavisen, redaktionschef på metroXpress og journalistisk chefredaktør på dagbladet Information.

Indholdsfortegnelse

1. Hvad skal du formidle? **7**
2. Hvordan kommer du igang? **13**
3. Skriftlig formidling **23**
4. Skriv til nettet **39**
5. Mundtlig formidling – foredrag eller tale **51**
6. Radio, der fænger **65**
7. Fotografering og dvdoptagelser **75**
8. Udstilling **85**
9. Litteratur og links **91**



Hvad skal formidling gøre godt for?

Selvom afrikanerne altid er sultne og bor i lerklinede hytter og sover på en sivmåtte på gulvet, er de glade og tilfredse. Asiaterne er altid hjælpsomme og pligtopfyldende arbejdsheste, der ikke drømmer om andet end at gøre deres arbejdsgivere glade. Mænd i Mellemøsten er alle muslimske fundamentalister, der undertrykker deres koner.

Vi kender dem kun alt for godt, de stereotype billeder af, hvordan andre mennesker lever og opfører sig. Når du har været ude at rejse, vil du opleve, at verden ikke altid ser ud sådan, som vi forestiller os herhjemme. Du vil se, at det er muligt at leve på andre måder – på godt og ondt. Det budskab er vigtigt at formidle til dem, der måske ikke selv har haft mulighed for at rejse ud og opleve en anden kultur på tæt hold. Ved at fortælle andre om dine oplevelser kan du nemlig være med til at ændre andres billeder af, hvordan mennesker i andre lande lever.

Når du skal formidle dine oplevelser, skal du altid forsøge at sætte dig i tilhørernes sted. Prøv at huske tilbage på, hvor meget du eller dine venner vidste om det land, du skulle besøge, før du tog af sted. Dit publikum ved sandsynligvis det samme eller mindre, end du vidste. Derfor er det meget vigtigt, at du tager udgangspunkt i dem og ikke dig selv.

Denne bog handler om formidling, om at blive god til at fortælle andre, hvad du har oplevet. Gennem otte kapitler får du tips og ideer til, hvordan du kan skrive gode artikler, holde spændende foredrag, tage skarpe, beskrivende billeder og meget andet. Bogen henvender sig både til dig, der er på vej ud at rejse, og til dig, der er kommet hjem efter en oplevelsesrig tur. Vigtigst er det, at du har noget på hjertet, resten er bare et spørgsmål om at gribe det rigtigt an – det får du masser af gode ideer til i bogen.

God fornøjelse!



1. Hvad skal du formidle?

Konjunktur

De bedste fortællinger er dem, hvor tilhørerne tænker: ”Bare det var mig” eller ”Godt det ikke er mig”. Derfor kan det være både sjovt og lærerigt for dit publikum at høre om de oplevelser, der måske var ubehagelige, da de skete, men som bagefter fortæller noget om forskellige kulturers måde at opfatte verden på.

Et meget brugt, men også sigende eksempel er opfattelsen af tid. I Danmark bliver vi utålmodige og irriterede, hvis bussen eller toget er et par minutter forsinket. Vi kigger på uret og sender indforståede blikke til hinanden om, hvor håbløs den offentlige transport er. I mange af verdens fattigste lande er der en helt anden opfattelse af tid. Som en zambier en gang sagde til en dansk u-landsfrivillig, der på anden time ventede utålmodigt på bussen: ”Er nogen i din familie da syg?” ”Nej,” svarede danskeren, ”jeg skal bare ind til byen.” Nå, så kan du da godt slappe af,” svarede zambieren.

Du kan bruge kulturmødet effektivt som fortællemiddel. Tænk fx tilbage på lignende situationer, som du selv har oplevet. Skriv dem ned i punktform og brug dem til at understrege dine pointer og til at krydre din fortælling med.

■ Virkeligheden eller sandheden

Du opnår den største virkning og troværdighed ved at tage udgangspunkt i dine egne oplevelser. Hvis du holder dine egne værdier og de uskrevne regler i dit samfund op mod de værdier og uskrevne regler, der var i det land, du besøgte, har du et godt udgangspunkt for en god fortælling.

Din fortælling er en personlig beretning om det, du har oplevet. Alt det, du har set og været med til, ved du med sikkerhed, har fundet sted. Det er din virkelighed, men det er ikke nødvendigvis sandheden. Fordi du har set et barn stjæle fra et andet barn i en landsby i Indien, er ikke alle indiske børn tyve. Lad være med at generalisere, men fortæl hvad du har oplevet, og lad tilhørerne drage deres egne konklusioner.

Brug tid på at give publikum nogle billeder af det sted, du har besøgt. I journalistik kalder man det: ”Don’t tell it. Show it.” Du kan sige: ”Køkkenet hos den familie, jeg boede hos, var meget beskidt.” Men du kan også sige: ”Der var et åbent ildsted i køkkenet, og på grund af røgen var hele den ene væg helt sodet til.” Vi har alle forskellige opfattelser af, hvad ”beskidt” og ”rent” er. Derfor er det bedre at fortælle, hvordan der rent faktisk så ud, og så lade publikum danne deres egne billeder.

■ At udfordre fordommene

God formidling skifter mellem overraskende forskelligheder og betryggende ligheder. Derfor er det en god ide at spille på tilhørernes forestillinger om, hvordan verden ser ud. Det kan du gøre ved at tage udgangspunkt i dine egne fordomme. Du kan fx fortælle en tilsyneladende helt almindelig hverdagshistorie, som alle kan identificere sig med, men som har en overraskende pointe.

For nogle år siden besøgte en gruppe zambiske kvinder København. Efter nogle dage bemærkede den ene af kvinderne, at hun var overrasket over, hvor mange blinde der var i Danmark. Hendes danske værter havde ikke bemærket, at der var flere blinde i byen end normalt. ”Jo, ser der kommer en hel gruppe,” sagde kvinden og pegede på en gruppe kvinder med stavgangsstave, der var ude og motionere.

Prøv at komme i tanke om lignende situationer fra din rejse. Du har sikkert også oplevet, at du dannede dig dine egne billeder af det, du så, og så viste det sig i virkeligheden at handle om noget helt andet. Det er en god måde at få andre til at tage deres egne fordomme op til revision på.

■ Gør dig forståelig

Der kan let opstå misforståelser, når mennesker kommunikerer med hinanden. I det daglige har vi mulighed for at rette op på misforståel-

serne, men når du skal formidle dine oplevelser til mange mennesker, får du sjældent mulighed for at gøre skaden god igen. Uanset om du holder foredrag, skriver eller laver en udstilling, har du kun én chance. Derfor gælder det om at ramme rigtigt første gang.

Det kan du gøre ved at forberede dig godt fx ved altid at prøve din fortælling af på din veninde, din far, din bror eller en helt anden. Hvis de forstår dit budskab, vil de fleste andre sikkert også gøre det.

Derudover må du ikke være indforstået. Undgå fx at bruge vendinger som ”enhver ved jo”, ”det siger sig selv” eller ”som bekendt var der for nylig”. De fleste danskere ved ikke særligt meget om udviklingslande. Derfor kan du som udgangspunkt ikke forvente, at folk kender noget til dit emne.

Du kan tjekke, hvor meget andre ved om det land, du har besøgt, ved at bruge nabolandet som eksempel. Ved du lige så meget om det land? Det gør du sikkert ikke. Hvor meget tror du så andre danskere ved?

Endelig skal du finde en balance mellem de morsomme historier og det reelle indhold. Humor kan være en god måde at fange publikum på, men du skal kunne mere end det. Det er ikke nok at formidle alle de hyggelige stunder, alle festerne eller fortælle om alle de venlige mennesker, du har mødt. Hvis du tegner et alt for idyllisk billede, bliver din fortælling utroværdig, og du får måske sværere ved at få dit budskab igennem.

■ Brug anekdoter

Anekdoten er en lille kort fortælling fra det virkelige liv, og den er god at bruge som fortællemiddel. Anekdoten har en indledning, en handling og en pointe, og så tager den ofte udgangspunkt i dagligdagssituationer, skaber nærvær og gør det lettere at forstå komplicerede forhold.

De anekdoter, du selv har med hjem fra din rejse, er sikkert histo-

rier, du har fortalt mange gange til andre. Ofte er det oplevelser, der var ubehagelige, da du oplevede dem, fx ”dengang vi blevet taget af politiet og måtte betale for at slippe fri”, eller ”dengang jeg opdagede, at det, jeg sad og spiste, var fårehjerne”. Som hovedregel kan du forvente, at hvis dine venner, bekendte eller familie synes historien er sjov, interessant, perspektiv- eller lærerig, så vil et bredere publikum gøre det samme.

Andre små historier fra hverdagen i det land, du besøgte, er også guld værd. Hvad koster en kop kaffe for en namibier? Hvad koster den for en dansker på en dansk cafe? Brug absolutte tal, men sammenlign også prisen med namibierens og danskerens løn. Sammenligningerne hjælper dit publikum med at forholde sig til det, du fortæller.

■ Formidling, der rykker

God formidling flytter meninger og giver perspektiv. Det kan du bidrage til ved at lade alle komme til orde i din fortælling – også dem, der ikke var venlige og imødekommende, og dem, der ikke passer ind i dine forestillinger om, hvordan verden burde se ud. Fortæl din historie, som du oplevede den. Ved at supplere alle de positive indtryk med de ubehagelige eller frustrerende oplevelser giver du et varieret og måske mere reelt billede af virkeligheden. Din formidling må gerne skabe debat, og det sker kun, hvis du rykker ved dit publikums fasttømrede forestillinger om verden.



2. Hvordan kommer du igang?

Kapitel 2

En avisredaktør sagde engang, at den bedste reportage er den, hvor læseren efter af have læst historien, udbryder: ”Det kunne jeg da let selv have skrevet!”. Men det kunne de færreste, for det er en svær disciplin at lave enkel, lettilgængelig formidling. Det kræver meget arbejde at finde de præcise og mest beskrivende ord for en god pointe.

Du vil opdage, at de historier, der er blevet trivielle og hverdagsagtige for dig, netop der dem, som tilhørerne bedst kan lide at høre. Derfor er kunsten også at være nærværende og til stede i historierne – også selvom det er en historie, du har fortalt mange gange. På den måde fanger du dit publikum, fordi du bringer det fjerne, eksotiske, tragiske og morsomme tæt ind på livet af dem.

■ Stil spørgsmål

Når du skal bestemme dig for, hvad du vil formidle, er det godt at begynde med at huske tilbage på en ganske almindelig dag i det land, du besøgte. Noter en hel dags hændelser ned på stykke papir. Intet er for småt. Alt kan sikkert bruges på en eller anden måde i din formidling. Hjælp hukommelsen på vej ved fx at spørge dig selv:

- Hvordan så mit soveværelse ud? Havde jeg en seng, en madras, en dyne?
- Boede der andre end mig på værelset? Var der en dør, der kunne låses?
- Hvad tid stod jeg op? Hvem vækkede mig og hvordan?
- Hvad spiste jeg til morgenmad? Cornflakes? Hvedegrød? Kaffe? Bønner?
- Var der husdyr der, hvor jeg boede? Købte familien ind i supermarkedet? Købte de ind på markedet? Var de selvforsynende?
- Hvad lavede jeg efter morgenmaden? Gik på arbejde? Arbejdede i marken? Gik i skole?

Fortsæt selv listen af spørgsmål. Det kan godt være svært at komme i

gang. Derfor er det en god ide at bruge noget tid på at rejse tilbage til din gamle hverdag og finde alle detaljerne frem fra hukommelsen. På den måde kan du bedre huske alle dine oplevelser.

■ **Begynd at udvikle ideer**

Journalister taler om at ”ideudvikle” eller ”brainstorme”, når de går i gang med at sætte alle brikkerne fra en oplevelse eller begivenhed sammen. Det handler om at få sat sine oplevelser i system og derefter at få sat nogle konkrete billeder på indtrykkene. Når du har gjort det, skal du beslutte dig for, om du vil holde et foredrag, skrive artikler, lave en fotoudstilling eller noget helt andet.

Den amerikanske forfatter Ernest Hemmingway har en gang sagt, at for at beskrive en enkelt drukscene ordentligt i en roman var han nødt til selv at tage mindst ti mega-drukture. Det samme gælder for dig, om end du måske skal gå knap så dramatisk til værks! Du skal vide meget mere end det, du vil fortælle. Kun på den måde kan du vælge de bedste og mest interessante vinkler og historier ud. Og du *skal* vælge, for der er ikke noget mere kedsommeligt end de endeløse opremsninger, hvor du aldrig kommer i dybden, og hvor der ikke er nogen pointe. Hvis du koncentrerer dig om to-tre emner, kan du bedre gå ind i historierne og skabe levende fortællinger fra din rejse.

Du kan læse mere om ideudvikling i kapitel 5.

■ **Få styr på oplevelsen**

Find alle dine notater, dagbogsnoter, postkort, billeder, udklip, gamle aviser, breve og lignende frem. Spørg din familie, kæreste og venner om, hvad de hæftede sig ved, når du skrev eller ringede hjem. Få dem til at hjælpe med at huske, hvilke oplevelser du var mest optaget af, da du kom hjem fra din rejse. Den tid, du bruger på at

gendannde dig billeder fra din rejse, er godt givet ud. Ofte kan det være en enkelt sætning i en kalender eller en dagbog, der får dig til at huske en bestemt oplevelse. Derfor er det en god ide at skrive et par stikord ned hver dag under din rejse, fx ”Lørdag den 15/4 kl. 14.30 – danseundervisning hos Ndala”.

■ Tid til at vælge

Nu kan du begynde at vælge oplevelser ud – og frem for alt at vælge oplevelser fra. Overvej nøje, hvad der kan være interessant for andre. Du kan eventuelt teste nogle historier på familie og venner – eller endnu bedre på vennernes venner, for de er måske mere ærlige end din egen familie og venner.

Udvælg nu de oplevelser, som, du synes, bedst dækker den historie, du gerne vil formidle. Historien skal være konkret, samtidig med at den fortæller noget mere generelt om en bestemt problemstilling som fx landbrugsudvikling eller demokratisering. Så kan du spæde din historie op med faktaoplysninger om fx, hvilke afgrøder der dyrkes, import/eksport, befolkningstal og bruttonationalprodukt.

Skriv stikord til dine oplevelser fx på denne måde:

Tv-nyhederne som propaganda: Den dag præsidenten var i Europa. Oplæsning som i gamle dage. Kvinder i traditionelle kjoler. Erklæringer fra premierministeren.

Træplantning: Træer forsinket fra Danmark. Ventetiden. Træsarten kunne ikke gro. Mangel på vand. Lokalbefolkningen tog det roligt. Udviklingsarbejderne var sure. Varmen. Træerne, der endelig blev plantet.

Den første skoledag: Alle lærere tiltales med hr. og fru. 46 elever i klassen. Alt foregik på spansk. Eftersidning. Skoleuniform. Kun drenge på skolen. To timers frokostpause hver dag. Undervisning til klokken fem.

Eksemplerne her er alle mundet ud i foredrag. Udover at historiens handlingsforløb er ret simpelt, er det også muligt at perspektivere ud fra oplevelserne. Du skal nemlig bruge historien som skelet for din formidling. Når skelettet er på plads, kan du fylde andre informationer på.

■ Uddyb oplevelserne

Når du har lavet en liste med dine oplevelser, er det tid til at uddybe hvert enkelt punkt. Med udgangspunkt i historien om træplantning kunne du udbygge dine noter på følgende måde:

Træplantningsgruppen: Møder andre deltagere. Forbereder arbejdet – mange diskussioner.

Ventetiden: Hver dag tidligt op for at se, om træerne er kommet. Uendeligt med tid – sidder på stationen. Mens vi venter, får vi nye venner.

Træsorten kan ikke gro: Da træerne endelig kommer, vil de ikke gro i jorden. Vi må skaffe jord fra en anden by.

Mangel på vand: Strålen fra vandslangen er meget svag. Vi må vente på, det regner og samle regnvand i spande.

Sådan fortsætter du, til du har uddybet alle sætninger i din oplevelse. Nu har du bygget historiens skelet op over en konkret historie. Derefter kan du kombinere historien med generelle og faktuelle informa-

tioner, inden du lægger dig fast på, i hvilken rækkefølge du vil fortælle historien.

■ Klip historien i stykker

Når du har skrevet detaljerne fra din historie ned, er det tid til at klippe de enkelte elementer fra hinanden (Træplantningsgruppen, Ventetiden, Træerne kan ikke gro, Mangel på vand). Derefter placerer du papirstykkerne på bordet, mens du overvejer, hvordan du vil fortælle din historie. Rækkefølgen oven for er næsten kronologisk, men måske giver det en bedre effekt at begynde med slutningen på din historie, hvor du sidder i flyet og tænker tilbage.

Eller måske er det mere fængende at tage udgangspunkt i en situation midt i historien, fx hvor du står i marken med 2000 træer og 50 mennesker, der gerne vil hjælpe. Efter du har placeret sedlerne i den orden, du tror, vil fungere bedst, kan du supplere sedlerne med nogle overordnede betragtninger, perspektiver og overvejelser, som du også gerne vil have med. Historien om træplantning kan fx give anledning til også at komme ind på:

Udviklingsbistand: Et godt eksempel på, at det er vigtigt at inddrage lokalbefolkningen og de lokale myndigheder i projekter, så man fx kan undgå, at træerne ikke kan gro i jorden.

Bæredygtig udvikling: Hvorfor er det vigtigt at plante træer? Fakta om erosion og skovdød.

Kulturmødet: Hvad vil det sige at leve i en anden kultur? Hvordan føles det? Bliver man frustreret, gal, ked af det? Hvad sker der, når vi misforstår hinanden?

Skriv emnerne ned på små sedler og placer dem under de overskrifter, hvor, du synes, det giver mest mening. Nu har du en god ramme, og historien har taget form. Du ved, hvad du vil fortælle. Næste skridt er at beslutte, hvilken slags formidling du gerne vil lave, og hvilke virkemidler du vil bruge til at understøtte din fortælling.

■ Hvad er jeg bedst til?

Nogle elsker at holde foredrag. Nogle improviserer, mens andre gerne vil have skrevet det hele ned. Andre får koldsved bare ved tanken om at skulle stille sig op foran mere end fire mennesker på en gang. For dem fungerer det måske bedre at skrive en artikel eller lave et powerpoint-show med lyd, hvor man bare skal trykke på play.

Tænk over, hvad du synes, du er bedst til, for det er normalt også det, du føler dig mest tilpas med. Du kan også prøve at spørge andre om, hvad de synes, du er god til. Måske synes du selv, at du er virkelig god til at fortælle morsomme anekdoter, men det kan jo være at dem, der kender dig, har en anden opfattelse.

Husk, at du skal formidle for publikums skyld, fordi du har lyst, og fordi du har et budskab. Det er det vigtigt, at du vælger den form for formidling, der fungerer bedst for dig. Det giver det bedste resultat.

■ Hvordan kan jeg understøtte min formidling?

Samtidig med, at du tænker over, hvad du er god til, skal du også tænke over, hvilke virkemidler du vil bruge til at understøtte din formidling. Du kan læse om forskellige måder at formidle på senere i bogen, men inden du kommer så langt, er du nødt til at gøre dig nogle overvejelser over dine muligheder.

Et klassisk problem er, at de billeder, vi gerne vil vise, simpelthen

ikke er gode nok. ”Her skulle jeg egentlig have haft et billede af den familie, jeg besøgte, men de billeder blev aldrig til noget.” Eller: ”Det er lidt svært at se traktoren på det her billede, fordi jeg kom til at tage det i modlys, men det er den lille grå plet nederst i hjørnet.”

Det går ikke! Publikum keder sig, og de glemmer at lytte til historien. Billederne skal være gode, og du skal have et formål med at vise de billeder, du har valgt ud. Hvis du vil fortælle om kvinders forhold i Guatemala, skal du ikke vise blomsterbilleder fra regnskoven, lige meget hvor flotte de er.

Hvis du vil skrive en artikel til en avis eller et blad, er det en stor fordel at have gode billeder, der kan supplere historien. Det øger dine chancer for at få artiklen solgt. For at skrive en god artikel skal du desuden have noget på hjertet – og gerne med en anden synsvinkel, end den læserne er vant til at møde. Du må også gerne kunne supplere med citater fra folk, du har talt med.

Hvis du vil holde et foredrag uden billeder, skal du tænke på, om du kan bruge andre virkemidler, så det ikke bare bliver en lang forelæsning, der hensætter publikum til skolebænken. Det kan være, du har nogle rekvisitter, som kan underbygge din historie. Hvis du skal tale for en mindre gruppe fx en skoleklasse, kan du tage et landkort med for at vise, hvilket land eller område du besøgte. Du kan også bruge køkken- og markredskaber, tøj (både traditionelt og hverdagstøj), lokale aviser, blade og brochurer til at underbygge din historie.

Vil du vise en dvd, gælder de samme regler, som når du viser billeder. Dine optagelser skal handle om det emne, du vil beskrive. Det er uinteressant at se flere minutters smukke bjergoptagelser fra Kenya, hvis du vil fortælle om børnearbejde. De bedste optagelser er dem, hvor du selv eller en anden interviewer lokale unge eller andre, der bidrager til din fortælling. Publikum kan identificere sig med billederne, og dermed er det nemmere at få dem til at lytte.

■ Målgrupper

Der er stor forskel på, hvordan du skal formidle til forskellige målgrupper. Dit mål er, at så mange som muligt lytter. Derfor skal du overveje, hvordan du kan få forskellige grupper i tale.

Det er svært at sige noget generelt om, hvilke medier der virker bedst hos forskellige målgrupper. En grundregel er dog, at emnet skal være relevant for tilhørerne. Børn i en dansk børnehaveklasse vil gerne høre, hvordan børn på samme alder lever andre steder i verden. På samme måde vil danske studerende sikkert interessere sig for, hvordan unge i andre lande lever.

Samtidig er det vigtigt, at du bruger et sprog, som målgruppen forstår. Folk uden kendskab til udviklingsbistand vil sikkert ikke vide, hvad "transitionen fra statsautoritet til pluralitet" betyder. Til gengæld ved de sikkert godt, hvad der menes med "overgangen fra diktatur til demokrati". Derfor handler det så vidt muligt om at undgå at bruge for mange fremmedord, fagord og indviklede begreber.

Husk, at du er ekspert i dine egne oplevelser, og det er dem, du skal fortælle om. Overlad det tørre intellektuelle foredrag eller artikel til de faglige eksperter. Publikum vil høre, læse og se, hvad du har oplevet, tænkt og følt.

Du kan lære din målgruppe bedre at kende ved at kortlægge bl.a. alder, køn, sted, uddannelse, interesse, antal og forkundskaber. Tænk over, hvordan du normalt allerede tilpasser din historie afhængig af, om du fortæller den til din mormor, din veninde eller en kollega.

Du kan altid kontrollere, om du rammer rigtigt ved at prøve din fortælling af på en fra målgruppen. Hvis fx du skal vise billeder på et plejehjem, så vis billederne til dine bedsteforældre eller en anden på samme alder. Nogle gange vil den gruppe, du skal møde, være meget bred, og så kan det være en ide at prøve din formidling af til en familiemiddag, hvor der er mange forskellige mennesker samlet.



3. Skriftlig formidling

Kapitel 3

Historier, der nedfældes på papir, kan vare evigt. Hvis du skriver en oplevelse ned, kan du nå ud til mange mennesker uden at møde dem selv. Det stiller krav til det, du skriver, for du har ikke mulighed for at rette fejl eller misforståelser, som opstår, når andre læser din tekst. Samtidig kræver det tålmodighed, omskrivninger, frustrationer og flid at videreformidle de tilsyneladende klare tanker, du har.

Den skriftlige formidling kan komme til udtryk på mange måder:

- En artikel på en *hjemmeside* eller en personlig *webblog* kan læses af millioner af mennesker, men mange mennesker læser kun korte tekster på nettet, og så kræver det selvfølgelig, at folk kender eller kan finde siden. Læs mere om at skrive til nettet i kapitel 4.
- En *avisartikel* i en dansk søndagsavis trykkes i mange tusinde eksemplarer, men fordi din artikel bliver trykt her, er det ikke sikkert, at læserne vælger lige præcis din historie.
- En artikel i en *lokalavis* kommer ud til færre mennesker, men der er måske flere, der læser din artikel, fordi de synes, det er interessant, at en fra lokalområdet har været ude og se verden.
- En artikel i et *foreningsblad* trykkes i færre eksemplarer, men til gengæld læser de fleste alle artiklerne.
- Et *personligt* brev eller en *mail* sendes måske rundt til mere end en enkelt læser, og du kan være næsten helt sikker på, at alle læser brevet med stor interesse.

Skriftligt materiale har en meget høj troværdighed. Det, du skriver om din rejse, bliver gemt af alle dem, der interesserer sig for det land, du har besøgt. Måske finder de det en dag frem fra gemmerne og bruger det som baggrundsmateriale. Derfor skal du være meget opmærksom på, hvad du skriver, hvordan du præsenterer det, og om det er let at forstå for læseren.

■ Skriv så det kan forstås

Hvorfor bruge ordet ”bilateralt”, hvis du kan skrive ”mellem to lande”? Eller hvorfor skrive ”demokratiseringsprocessen i Tanzania”, når det, du egentlig mener, er, ”hvordan det går med demokratiet i Tanzania”?

Når vi skal forklare noget, der er kompliceret, eller når vi har et stort kendskab til et område, kommer vi ofte til at bruge et meget knudret og officielt sprog. Det kan sammenlignes med kancellisprog. Det er det sprog, som mange advokater og offentlige myndigheder bruger. For dem er de svære betegnelser og den indviklede ordstilling den mest præcise måde at formulere sig på. Problemet er bare, at vi andre ikke forstår deres budskab.

Hvis du har været ude at rejse med en organisation, har du sikkert også oplevet, at der blev brugt mange ord og forkortelser, som først slet ikke gav mening, og som du til sidst selv begyndte at bruge. Når du kommer hjem og skal i gang med at formidle dine oplevelser, skal du være opmærksom på, at du ikke bruger begreber, udenlandske ord og forkortelser i flæng – og at du husker at forklare dem, når du undtagelsesvis alligevel vælger at bruge dem i din formidling.

■ At skrive er en lang proces

En bærbar computer, fødderne op i sofaen, en kop kaffe, et par notater og musikken for fuld drøn. Så kan det vel ikke tage lang tid at skrive sin historie ned – jeg har den jo lige inde i hovedet. Sådan begynder mange at skrive uden at have forberedt sig på, hvad præcis de vil skrive og til hvem. Det kan ende med at blive en meget langsommelig affære.

Noget af det vigtigste at arbejde med er at skrive en god indledning, så folk gider læse videre:

”Det hele begyndte i februar, da jeg fik at vide af en af mine gode venner, at han kendte en, der havde været i Uganda...”

Nej, det dur ikke. Det er for langt. Vi begynder forfra igen:

”Vi mødte alle sammen op i Kastrup Lufthavn, hvor vi skulle checke ind ved skranke 34. Det havde vi fået at vide i et brev. Jeg skulle heldigvis sidde ved siden af Matthias, som jeg allerede...”

Også for langsomt og kedeligt. Vi prøver igen:

”Flyet vibrerer nervøst, da det letter. Nu er det alvor, tænkte jeg. Næste stop er Kampala, 35 grader og masser af nye mennesker og usikkerhed.”

Bedre, men stadig ikke godt nok. Der er for meget snak:

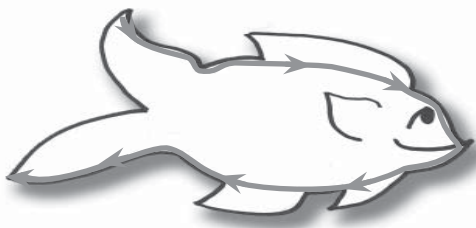
Dansende trimler Camilla forbi med sit ansigt malet i tre farver. Beruset af lykke og den lokale brændevin kysser hun vores kok, Ndala, på kinden. Glæden over, at træerne endelig er i jorden, har kun varet nogle timer – i ugerne op til var det et helvede...”

Den sidste indledning er langt den bedste, fordi:

- Der er *action* fra begyndelsen. Vi begynder med slutningen. Det vil sige, at læserne får konklusionen først. Nu skal de læse din artikel for at finde ud af, hvorfor alle er så glade. I en dansk stil slutter man næsten altid med konklusionen, men i artikler er det bedst at servere den i begyndelsen eller at begynde midt i historien. Så er læseren fanget fra starten.

- Læseren kan med det samme *identificere* sig med historien, for der er åbenbart en dansk pige til stede, nemlig Camilla, som er så glad, at hun bare må kysse kokken.
- Læseren *fornemmer*, at der festes på grund af en forløsning. Det er tydeligt, at der er gået nogle problemer forud. Dem vil læseren gerne høre om nu.

Når du skal bygge din historie op, kan det måske hjælpe at tænke på teksten som tegningen af en fisk. Historien begynder med et ordentlig svirp fra den øverste del af fiskens hale – nu vækkes læserne. Så går fortællingen i gang, rundt langs fiskens yderkrop, indtil den igen når tilbage til endnu et svirp med halen, som får læserne til at tænke: ”Nå, det er det, det handler om.”



Hold dig til én historie eller ét afgrænset emne – du skal turde at vælge fra, så din tekst bliver klar og præcis. Du kan alligevel ikke komme hele vejen rundt om din rejse eller et bestemt emne. Det er en opgave for videnskabelige rapporter. Din opgave er at holde læserne fanget, og de er som regel ubarmhjertige – de læser kun så længe, de synes, det er spændende.

■ Ord kan forstås forskelligt

Selv når du arbejder med sproget og tænker over, hvilke begreber du bruger, kan det gå galt. Mennesker opfatter ord forskelligt, uanset

hvad ordbogen siger. Derfor er det vigtigt, at du forsøger at beskrive, hvad du mener, i stedet for at bruge for mange værdiladede tillægsord som rar, grim eller kedelig.

For at bruge et eksempel fra tidligere så er det bedre at forklare, hvordan køkkenet rent faktisk så ud end at skrive ”køkkenet var beskidt”:

”Stanken af de gamle æg og resterne fra gryderetten fra i forgårs rammer næseborene. Tallerkenerne er stablet op på bordet. Sovsen er ikke sådan lige at vaske af, så godt har det efterhånden sat sig fast. På gulvet ligger salaten og rådner...”

Forskellen er let at få øje på. For en pertentlig mand er et beskidt køkken måske bare et par skyllede tallerkener, der endnu ikke er vasket op. For en 17-årig, der lige er flyttet hjemmefra, skal der måske et par fyldte skraldespande og en sur liter mælk til at gøre køkkenet beskidt. Den detaljerede beskrivelse giver derimod et mere korrekt billede af køkkenet, som det så ud. Derefter kan læserne selv tage stilling til, om det er beskidt.

Prøv også at bruge billedsprog, når du skriver. Det gør din tekst levende. Hvis du sov i en meget blød seng på et hotel, er det sjovere at skrive ”madrassen var så blød, at den foldede sig sammen om krop som et hotdogbrød svøber sig om en ristet pølse”. Eller hvis du vil beskrive kaoset i lufthavnen, kan du måske skrive ”lufthaven var lige så velorganiseret som en børnehave uden voksne”. Den slags beskrivelser giver læseren mulighed for at danne sig sine egne billeder. Det bliver lettere at se dine oplevelser for sig og dermed forstå, hvad du mener. Når du bruger billedsprog, så prøv at lave dine egne billeder i stedet for at ty til faste vendinger, som ”puden var hård som sten”. Nye billeder overrasker og giver læserne lyst til at læse mere.

■ Lidt om kommaer og grammatik

Måske synes du, at kommatering og grammatik er ligeegyldigt, men du kan være sikker på, at læserne bliver voldsomt irriterede, hvis alle dine kommaer er sat forkert, eller du ikke har bøjet ordene rigtigt. Nogle læsere gider måske ikke læse videre, fordi de tænker: ”Hvis hun har været så sjusket med sine kommaer, hvorfor skulle resten så være mindre sjusket?” Derfor betaler det sig at gøre sig umage også med den del af din skriftlige formidling. Du kan måske få hjælp fra en, du kender, men først kan du gøre brug af følgende grundregler:

- *Altid* komma foran ”der” eller ”som”, når de to ord kan erstatte hinanden, fx ”ham, der eller som boede...”
- *Aldrig* komma foran ”at”, når det efterfølges af infinitiv/navnemåde, fx ”han spurgte, om nogen kunne tænke sig at prøve...”
- *Altid* komma foran at, når det ikke efterfølges af infinitiv/navnemåde, fx ”han sagde, at der kommer...”
- *Altid* komma foran hv-ord som hvilke, hvem, hvor og hvad, fx ”han fortalte, hvem der kommer...”

Husk, at der altid er undtagelser. Hvis du er i tvivl, kan du tjekke i fx de indledende kapitler om grammatik i en dansk ordbog.

Mange glemmer at sætte -r på udsagnsord, når ordet står i nutid. Det hedder fx ”han orienterer om sagens udvikling”. Hvis du er i tvivl, om der skal -r på udsagnsordet, kan du indsætte et andet ord, fx løber, hvor r-et er meget lettere at høre.

Pas også på med, at du ikke kommer til at oversætte engelske vendinger til dansk. Det sker fx, når folk skriver ”at åbne op”, som stammer fra det engelske ”to open up”. På dansk hedder det bare ”åbne”.

Du skal altid læse korrektur på dine tekster – ikke bare for slåfejl, men også for grammatiske fejl. Brug ordbogen eller spørg, hvis du er i tvivl.

■ Før du rejser – forberedelse

Lige meget, hvad du på forhånd har tænkt dig at skrive om, er det meget vigtigt, at du har et bredt kendskab til det land, du skal besøge. Det bedste er selvfølgelig at forberede sig hjemmefra eller undervejs på rejsen, men du kan også gøre det, når du kommer hjem.

Brug biblioteket og internettet til at finde materiale om det land, du har besøgt. Hvis det er svært at finde informationer om selve landet, så prøv at søge på nabolandene eller på kontinentet. Husk, at det ikke kun er faglitteratur, der dur – god skønlitteratur kan ofte give nogle brugbare portrætter af et land.

Undervisningsbøger til folkeskolen er et godt sted at begynde – og de kan måske inspirere dig til, hvordan du selv vil gribe din formidling an. Bøgerne er ofte meget pædagogisk opbyggede, og der er arbejdet meget med formidlingen.

Bøger og artikler kan give dig en god baggrundsviden, når du rejser ud, men det er vigtigt, at du også gør dig nogle tanker om, hvilke ideer du gerne vil arbejde videre med. Så kan du med samme begynde at sortere i de informationer og det materiale, du indsamler på rejsen.

■ Under opholdet

Sørg altid for at have en lille notesbog med dig. Du kan aldrig vide, hvornår der sker noget interessant, eller hvornår du møder nogen, du gerne vil interviewe. Ingen kan huske alt, og selvom oplevelserne i situationen gør stort indtryk på dig, vil der være mange detaljer, du har glemmt, når du kommer hjem. Derfor er det en god ide løbende at skrive nogle stikord ned, som beskriver de vigtigste indtryk og observationer fra en bestemt situation.

Det er også meget værdifuldt at skrive dagbog. Intet er for småt til at blive skrevet ned, og en enkelt god observation kan være guld værd, når du kommer hjem og skal formidle dine indtryk. Du kan også skrive

udførlige breve eller mails hjem, men sørg for, at de bliver gemt, så du kan bruge dem, når du kommer hjem.

■ Interviews

Når du skal lave interviews, er der nogle få gode råd, som er værd at huske:

- Brug tid på at forberede dig inden interviewet. Tænk over, hvem det er, du skal interviewe.
- Skriv alle de spørgsmål ned, som du ved, du skal huske at stille.
- Tag en blok med, så du kan skrive svarene ned. Du kan ikke huske det bagefter. Husk også at få navn, alder og profession på alle, du taler med. Det får du brug for senere.
- Tag en diktafon med, men tag også noter undervejs. Diktafonen skal kun understøtte dine noter, hvis der er noget, du er i tvivl om.

Inden du går i gang med interviewet, skal du sikre dig, at den, du taler med, har lyst til at blive interviewet. Derudover skal du forklare personen, hvad du vil spørge om – og så skal du sikre dig, at vedkommende har forstået, hvad interviewet skal bruges til. Det er en god investering at smalltalke lidt med den, du vil interviewe. I kan tale om din tur, om vejret, om din oplevelse af landet, hvad som helst – det vigtigste er at få skabt tillid mellem dig og den, du skal interviewe, så det bliver mindre højtideligt.

Når du kommer hjem fra interviewet, skal du straks renskrive dine noter. På den måde er du sikker på, at du kan bruge noterne til noget, når du finder dem frem igen. Arbejdet med at renskrive noterne betyder også, at du bedre kan huske dem, når du skal bruge dem igen. Læs mere om interviews i kapitel 6.

■ Efter rejsen – 14 gode råd til din artikel

Nu kommer det sjove: Du skal til at skrive. De følgende 14 punkter er gode at gå igennem, når du skal i gang. Hvis du har prøvet at skrive flere gange før, kan du vælge at springe nogle af punkterne over. Hvis det er første gang, du skal skrive en artikel, eller hvis du ved, at du kan have svært ved at få ordene ned på papiret, er det en god ide at gå igennem alle punkter. Det vil spare dig for meget tid.

1 Overvej præcist, hvilken historie du vil fortælle og til hvem

Læs afsnittet om ideudvikling i kapitel 5 og få nogle ideer til, hvordan du kan skære din oplevelse til og kombinere den med relevant fakta, så du kan skrive en god og levende historie. Skriv dine forslag til historier ned og vælg så den historie, du synes, egner sig bedst, og som du helst vil skrive om.

Før du begynder at skrive, skal du også tænke over, hvem du skriver til, og hvor det skal offentliggøres. Der er forskel på, om det er en landsdækkende avis, en lokalavis, ugeavisen eller foreningsbladet. Prøv at forestille dig, hvordan læseren fra det medie, hvor du gerne vil have artiklen trykt, ser ud og skriv til ham eller hende.

2 Find alle dine noter frem om din historie

Nu skal du finde noter, breve, mails, interviews og alt det andet materiale, du har liggende, som har noget med historien at gøre. Selv et slidt postkort eller krøllet kort over landet kan give dig gode ideer til, hvordan du kan gribe historien an. Læg alle materialerne i en bunke på dit skrivebord.

3 Struktur dine noter og lær dem udenad

Så skal du have styr på historien. Begynd med at læse dine noter fra ende til anden. Undervejs kan du tage notater på en ny blok. Skriv de vigtigste episoder ned, sorter dem efter dato eller en anden rækkefølge, der giver mening, når du senere skal til at skrive historien.

Når du har været alt materialet igennem, skal du genskabe din historie ud fra dine nye noter. Målet er, at du til sidst skal kunne alle dine noter og rækkefølgen til din historie udenad.

4 Fortæl din historie mundtligt til en, du kender

Når historien sidder godt fast, skal du fortælle den til en, du kender. Du skal forsøge at fortælle historien, sådan som du gerne vil skrive den. Bed den, der hører historien, om at stille spørgsmål, hvis der er noget vedkommende ikke forstår, eller som er uklart. Noter hvad du skal uddybe eller forklare bedre. Det er en god investering at bruge tid på denne øvelse, fordi det gør det nemmere at skrive historien bagefter.

5 Indtal historien på diktafon

Indtal historien med de ændringer, du har lavet, efter du har fortalt historien til en, du kender. Det tager ikke ret lang tid, og det er en stor hjælp at kunne lytte til historien igen, hvis du går i stå ved tastaturet.

6 Skriv det hele ned så hurtigt, du kan

Så skal du til at skrive. Uden at tænke for meget over ordene skal du skrive hele historien ned så hurtigt, du kan. Du kan skrive til, slette og rette bagefter. Det vigtigste er, at du med samme får hele historien ned på papir.

7 Ret teksten til

Print din historie ud og læs den igennem fra start til slut. Læs først de større afsnit for at se, om historien hænger sammen. Overvej også, om den nogle steder er blevet for detaljeret, og om der er for meget underholdning og for lidt fakta.

Derefter skal du læse de enkelte sætninger grundigt. Overvej hvert eneste ord og formulering – kan man sige sådan? Er det den bedste eller mest præcise måde at forklare din pointe på? Rens ud i de svære ord og ord, som du aldrig ellers ville bruge. Vær også opmærksom på indforståede ord og sætninger.

Hold øje med, at du ikke bruger for mange udenlandske ord og

undgå så vidt muligt forkortelser. Hvis de er nødvendige, så husk at forklare, hvad de betyder. Fjern også alle unødvendige småord, der kun er med til at gøre sætningerne længere. Ryk rundt på afsnittene, så der bliver bedre sammenhæng i din historie.

Del teksten op i et passende antal afsnit (fx når der sker noget afgørende nyt i historien) og sæt underoverskrifter på. Det hjælper læseren til at få overblik over historien, men pas på med ikke at bruge for mange. Det bryder teksten op i stedet for at skabe overblik.

8 Skriv en fængende indledning og afslutning

Nu skal du skrive en præcis og levende indledning, der med det samme sporer læseren ind på, hvad din historie handler om. Det kan godt tage noget tid at formulere to-tre linier, som beskriver essensen i din historie. Måske skal du lægge historien væk og tænke lidt mere over, hvordan du kan gribe det an.

De samme overvejelser skal du gøre med slutningen. Husk fisken fra side 26. Den gode slutning giver et svirp med halen til sidst og får læseren til at undre sig – eller måske til at trække på smilebåndet.

9 Læs korrektur

Dette punkt har mange lyst til at springe over, men hvis du vil have nogen til at trykke din historie og siden til at læse den, er det afgørende, at du sikrer dig, at der ikke er nogen fejl i teksten. Uanset hvor umage du gør dig, mens du skriver, vil der altid være nogle komma-, stave- og slåfejl. Få derfor en anden til også at læse teksten igennem.

10 Indtal historien igen og hør om du forstår den – ellers lav den om

Indtal din historie igen. Læs den højt i normalt tempo. Lyt til historien og læg mærke til, om der er afsnit, der er svære at forstå, om sætningerne bliver for lange, og det er svært at huske at følge med i historien. Ret historien til der, hvor der er problemer.

11 Lad en anden høre din historie

Spil eller læs historien for en, du kender – gerne den samme, som hørte historien under punkt 4. Kan vedkommende følge med og forstå historien? Du skal være indstillet på at lave historien om, hvis der er pas-sager, ord, forklaringer eller lignende, der er svære at forstå. Husk på, at artiklen ikke er til dig, men til læserne, og historien bliver som regel bedre af, at du lader dig inspirere af andres forslag.

12 Sæt historien pænt op

Når artiklen er færdig, handler det om helhedsindtrykket – om at sælge historien ved at præsentere den pænt. Du kan få inspiration ved at kigge i den avis eller det blad, du vil sende din artikel til, ellers kan du følge disse retningslinier:

- Brug skriftstørrelse 12 til al tekst på nær overskriften.
- Brug almindelige skrifttyper fx Times New Roman eller Garamond.
- Skriv et forslag til en overskrift, som du synes beskriver din historie. Brug skrifttype 14 i fed.
- Skriv en lille kort tekst under overskriften, som opsummerer din historie.
- Skriv dit navn i kursiv.
- Sæt sidetal på artiklen, så modtageren kan finde rundt i teksten.

Eksempel

En anden verden i den tredje verden

En gruppe unge i et hus i Afrika i tre måneder. Det er ikke rammen om et nyt reality show, men et rejsetilbud til unge kristne, som skal leve og arbejde sammen i Nigeria.

Af Julie Larsen

De skal bo i et nyt land, i en ny verdensdel og sammen med en gruppe andre unge, som de kun har mødt få gange...

13 Find et par billeder, der passer til historien

Hvis du har nogle gode billeder – gerne digitale – kan du lægge dem ved. Med gode billeder er der større sandsynlighed for, at i hvert fald aviser og magasiner er interesserede i at trykke din historie. Læs mere om fotografering i kapitel 7.

14 Kontakt det medie, hvor du helst vil have din historie trykt

Når du har historien klar og pænt sat op, er du endelig klar til at tage kontakt til den avis eller det blad, du gerne vil have til at bringe din historie.

- Ring til avisen eller bladet og bed om at tale med redaktionschefen eller redaktøren for fx rejsesektionen. Spørg eventuelt om hjælp i omstillingen, når du ringer op. Vær klar til i få og korte sætninger at forklare, hvad din historie handler om. Det kan være en hjælp at havedet skrevet ned, inden du ringer. Spørg, om du under alle omstændigheder må sende din historie til redaktionen.
- Hvis redaktøren gerne vil se din artikel, vil du sikkert få besked på at maile den til vedkommende. Husk at skrive navnet ned på den, du taler med, og at få den rigtige e-mailadresse.
- Send artiklen af sted sammen med en kort mail, hvor du kort skriver, hvad historien handler om, hvem du er, og hvor du har været og hvorfor. Husk at skrive dit telefonnummer, så du er sikker på, at de kan få fat på dig. Skriv også at du selv vil tage kontakt til dem efter et par dage.
- Hvis du ikke har hørt noget efter tre-fire dage, så ring til dem. Bed om at få lov til at tale med den samme som sidst og lad dig ikke nøjes med, at han ringer tilbage til dig. Sig du gerne vil vente, eller få et tidspunkt, hvor du kan ringe tilbage.

Det er meget forskelligt, om de enkelte medier betaler honorar og hvor meget. Det er ok at spørge – og de vil måske spørge dig, hvor meget du regner med at få. Honoraret for rejseartikler svinger mellem alt fra ingenting til nogle tusinde kroner.



4. Skriv til nettet

Kapitel 4

Når folk læser en tekst på en skærm, har de en tendens til at læse anderledes, end hvis den samme tekst stod på et stykke papir. Det er der mange årsager til. Tekster på papir står i gennemsnit 25 gange skarpere end på en skærm. Det plus andre faktorer som fx skærme, der flimrer, sætter automatisk læsehastigheden ned, når man læser skærmtekster.

For mange bliver det lidt af en tålmodighedsprøve at skulle læse en tekst på nettet, og så sker der ofte det, at de begynder at hoppe rundt i teksten, indtil de finder noget, som siger dem et eller andet. Først da stopper de måske op og læser.

Det er ikke nødvendigvis dårligt. Hvis du forstår at tilpasse dit indhold, så det hjælper læserne til at beslutte, hvor der er noget, de vil bruge tid på, vinder både du og læserne. Det er det, vi skal kigge nærmere på i dette kapitel.

■ Læg en plan

Hvis du læst de andre kapitler i bogen, er du sikkert allerede klar over det, men det hjælper rigtig meget at vide, hvad det er man vil, inden man kaster sig ud i det. Sådan er det også, når man skal udgive sit indhold på nettet.

Du skal med andre ord lave en plan for, hvad du vil fortælle, og hvordan du vil fortælle det. Når du skriver en artikel, kaldes planen for en disposition. I net-sammenhæng kalder man den ofte en strategi, men det er det samme princip, der gælder: Du skal vide, hvad du vil, inden du går i gang.

Strategien kan du lægge i god tid, fx inden du tager ud at rejse. Det vil gøre det lettere for dig, når du er af sted, fordi du allerede ved, hvordan du vil formidle dine oplevelser, når du kommer hjem – eller mens du er på farten.

Når du laver din strategi, er det en god ide at spørge sig selv:

- Hvorfor vil jeg overhovedet fortælle på nettet?
- Hvem skal læse mit indhold, og hvordan får de mest ud af mit indhold?
- Hvilke websteder laver noget, der ligner det, jeg selv vil lave, og hvordan kan jeg blive inspireret af dem?
- Har jeg den nødvendige viden til at anvende andre medier end bare tekst og fotos?
- Hvis jeg skal opdatere en hjemmeside eller maile et nyhedsbrev, mens jeg rejser, hvilke muligheder har jeg så for at gøre det? Og hvor ofte?
- Er der adgang til internet der, hvor jeg skal hen?

■ Webdagbog

Nettet giver os nye muligheder for at formidle vores oplevelser. Et af de meget populære fænomener kaldes en ”weblog” eller bare ”blog”. Navnet er en udløber af ”logbog”, og det er ikke tilfældigt.

En weblog er en slags dagbog. Nogle gange er teksterne hurtige, uformelle strøtanker, andre gange er det længere artikler, der har taget lang tid at producere. I modsætning til en normal dagbog kan alle i princippet kan læse alt, hvad du skriver.

Blogs adskiller sig også fra normale dagbøger ved, at læserne kan reagere på det, de læser, og kommentere det, du skriver. En weblog er altså tovejs-kommunikation og ikke blot dine egne, hemmelige tanker, nedfældet i en bog, der er gemt bort i en skuffe.

For nogle er det lidt af en udfordring pludselig at få svar på tiltale. Omvendt kan det også være rart at få et opmuntrende ord med hjemmefra, hvis man har skrevet om en besværlig oplevelse.

Der er flere blog-udbydere, men den mest kendte er nok Blogger.com, som ejes af søgefirmaet Google. De fleste blogs kræver ingen tekniske kundskaber, kun et par minutters øvelse, så er du i gang.

Der findes også weblogs, som fortrinsvis er til billeder. De kaldes

photoblogs og kan være værd at undersøge, hvis du ikke vil skrive ret meget, men mest tage billeder.

■ Egen hjemmeside

Hvis du aldrig har prøvet at bygge en hjemmeside før, vil du sikkert opleve det som et meget stort projekt. Det er i hvert fald langt større, end vi kan gå i detaljer med her. Til gengæld giver det dig fuld kontrol over, hvordan du vil præsentere dine oplevelser. Samtidig har du fuld frihed til at bestemme, hvad du vil lægge ud og i hvilke formater.

En anden fordel ved at have din egen hjemmeside er, at du selv bestemmer, hvad den skal kaldes. Når du køber plads til hjemmesiden hos et såkaldt webhotel, kan du også købe en webadresse, www.etellerandet.dk. Så længe navnet et ledigt på nettet, bestemmer du selv, hvad siden skal kaldes, og webhotellet ordner alle de praktiske ting for dig.

Du kan sagtens have en blog på din egen hjemmeside og kombinere den med almindelige websider. På den måde kan du både have indhold, der aldrig eller kun sjældent behøver at blive opdateret, og din blog, der opdateres løbende, så der hele tiden er noget nyt at komme efter.

■ Indskrivningssystemer

De fleste moderne hjemmesider styres via et avanceret system af programmer og databaser, der kaldes et Content Management System eller bare CMS. CMS består af det, man kalder et indskrivningssystem, hvor du kan skrive og redigere dit indhold, og nogle skabeloner, hvor indholdet kobles sammen med webdesignet. Hvis du bliver træt af designet, kan du i princippet lave en ny skabelon. Indholdet tilpasser sig automatisk det nye udseende.

Alternativet til at have et CMS er, at du skal opdatere dine websider manuelt. Det kan godt lade sig gøre, hvis du kun har en håndfuld sider,

men hvis vil lave et større projekt, er det en god ide at finde et CMS, der kan de ting, du har brug for.

Der findes hundredvis af CMS, og det er umuligt at rådgive om, hvad der er bedst for dig. Den gode nyhed er, at mange af de bedste systemer på markedet rent faktisk er gratis og frit kan tilpasses til dine behov. Du kan se mere på www.opensourcecms.com

■ 10 gode råd om at skrive til nettet

At skrive til nettet er ikke det samme som at skrive til en avis eller et blad. Det betyder, at hvis du allerede har skrevet en artikel, som du bagefter vil udgive på nettet, bør du skrive den igennem igen og bruge følgende råd, hvor du kan.

1 Kend dine læsere

Mange glemmer at tænke over, hvem de skriver til. Så skriver de løs med fagudtryk og tekniske begreber, som for dem selv virker indlysende, men som er svære for læseren. Hvis du skal bruge mange fagudtryk, kan du lave en lille ordbog, du kan linke til.

Tænk også over dit sprog, selv om det kun er din familie, der skal læse med – de er ikke nødvendigvis med på den seneste slang og kender måske heller ikke de fagudtryk, der efterhånden er blevet almindelige for dig.

Hvis du skal lave et større projekt, skal du begynde med at analysere, hvem du henvender dig til. For mindre projekter vil det være en stor hjælp, hvis du kender en person i målgruppen og undervejs kan få vedkommende til at give dig respons på det, du producerer.

2 Skriv kort

Forestil dig at få stukket en halv meter høj bog fuld af tekst i hånden. Det ville være ganske overvældende, og de fleste ville nok lægge den væk ret hurtigt. Alligevel er der mange, der synes, det er i orden at lave websider, der fylder både tre, fire og fem skærbilleder.

En god regel er at skrive din tekst og gå den igennem med en slettepen, indtil den er halvt så lang, som da du begyndte. Hvis du skriver til nettet, skal du bagefter dele teksten op i kapitler, der kan stå på hver deres side.

Du kan altså sagtens skrive en lang tekst, bare de enkelte kapitler er delt logisk op og kædet sammen, så de er lette at finde rundt i.

3 Skriv korte afsnit

Når du læser en papirtekst er det normalt, at du læser afsnittene i den rækkefølge, de er skrevet. Sådan er det ikke på nettet. Folk har en tendens til at lade øjnene scanne ned over en nettekst og ”zooome” ind på nogle enkelte afsnit. Måske læser de ikke engang hele afsnittet, måske springer de frem og tilbage fra et afsnit til et andet.

Afhængig af hvor mange anslag du har pr. linje, er to til fire linjer en god længde for et afsnit. Det er noget kortere end på tryk, men det hjælper læseren til at få et hurtigt overblik.

4 Brug mange mellemrubrikker

En mellemrubrik er en lille overskrift, der kort fortæller, hvad afsnittet handler om. I aviserne ser du dem typisk som korte sætninger i fed tekst undervejs i artiklerne.

Mellemrubrikker hjælper læserne til hurtigt at få overblik over tekstens indhold og disposition. Så kan hun lynhurtigt vælge de afsnit ud, der er vigtige, og springe resten over. Mellemrubrikker fungerer bedst, hvis de er korte, op til fem ord lange, og beskrivende.

Hvor mange mellemrubrikker, der skal være i en tekst, er svært at sige. Nogle anbefaler en mellemrubrik efter tre til fire afsnit. Du kan bedst vurdere, hvor de passer naturligt ind, men pas du ikke laver for mange – det forstyrrer læserytmen.

5 Skriv resumeer

Noget af det bedste man kan gøre for sine læsere er at fortælle dem, hvad det er, de skal til at læse. Lange tekster bør altid indledes med et resume af, hvad teksten handler om. Det skal bare være nogle få linjer,

der ridser de vigtigste handlinger og pointer op.

Hvis du skriver rejseartikler eller lignende tekster, der har en kronologisk sammenhæng, kan du også bruge resumeet til at føre nye læsere ajour: ”Sidste afsnit sluttede, da jeg vågnede op efter operationen. Genoptræningen er lang og smertefuld, men det går langsomt fremad, og før eller senere skal jeg nok blive rask.”

Rigtigt lange tekster bør også forsynes med en indholdsfortegnelse, der linker direkte ned til de enkelte kapitler eller afsnit. Så kan folk springe lige ned i det indhold, de helst vil læse.

6 Brug lister og tabeller

Hvis du skal remse noget op, hvad enten det er en bageopskrift eller en rejserute, kan du med fordel bruge lister.

”12 ananas, 1,5 kg bananer, 29 citroner, en kasse dadler, en kasse figener, 2 liter Ginseng-te” bliver lettere at læse, hvis du i stedet skriver:

- 12 ananas
- 1,5 kg bananer
- 29 citroner
- en kasse dadler
- en kasse figener
- 2 liter Ginseng-te

Det skal du ikke gøre, hver gang du remser noget op, men hav det i baghovedet, og tænk på, hvor det kan være med til at lette forståelsen og overblikket.

Hvis du har mange data, du gerne vil præsentere i en eller anden kompakt form, kan tabeller og skemaer give dig den nødvendige struktur. Fordelen ved tabeller er, at de kan vise sammenhænge og tendenser, som ellers kan være svære at forklare sig ud af. Ulempen er, at hvis ikke man lige tænker sig om, inden man laver dem, risikerer man at gøre det hele mere indviklet, end det måske er.

7 Skriv så det kan læses

I Danmark findes der mindst 300.000 ordblinde. Andre 400.000 har en eller anden grad af læsevanskeligheder. Oven i købet er det også sådan, at hver anden dansker anvender en eller anden form for synshjælpemiddel. Det er altså rigtig mange mennesker, der som udgangspunkt – inden du har sat dit første bogstav – vil have svært ved at læse det, du skriver.

Her er nogle tips, der kan øge læsbarheden betydeligt:

- Brug normal tekst. Undgå at bruge kursiv, det kan være meget svært at læse, hvis skærmen ikke er knivskarp og lysforholdene optimale.
- Ingen smarte skrifttyper. Hold dig til de gængse som fx Times New Roman, Georgia, Arial og Verdana. De er alle lette at læse, og de findes på alle computere, både PC og Mac. Hold dig under alle omstændigheder langt fra skøn- og skråskrifttyper. De er ulæselige for de fleste.
- Brug hellere store end små skrifttypestørrelser. Så snart du bevæger dig under 10 punkt, bliver teksterne svære, med mindre man har en god skærm. 11 - 12 punkt er måske store, men de kan læses af alle, også børn og ældre.
- Hold teksten venstrestillet. Højrestillet og centreret tekst ser måske smart ud, men det er meget svært at læse, hvis det står over flere linjer. Folk har desuden en tendens til at gå helt uden om tekstblokke, der er centrerede eller højrestillede.
- Keep it simple. Hold dit design og layout enkelt og giv masser af luft omkring teksterne. Ikke alene ser det godt ud, det gør det også lettere at fokusere på indholdet.
- Hold en høj kontrast. Generelt er sort tekst på hvid baggrund det letteste, men så længe du holder teksten markant mørkere end baggrunden, går det nok. Undgå lys tekst på mørk baggrund. Det er belastende for øjnene.

8 Tænk i nøgleord

Studier i øjenbevægelser viser, at folk først og fremmest fokuserer på det

der står i den venstre tredjedel af en nettekst. Derfor kan du hjælpe dine læsere ved at placere vigtige nøgleord og sætninger ude i det område, hvor læserens øjne fokuserer.

Gode nøgleord er ord, som siger noget om den tekst og den sammenhæng, de står i. Et nøgleord er desuden informationsbærende. Det vil sige, at hvis du skulle skrive noget andet i stedet for det ord, ville du sandsynligvis være nødt til at bruge mange flere ord.

Et godt nøgleord afhænger helt af sammenhængen. Et eksempel:

”Regntiden varer fra december til midt i februar, og betyder store Forandringer...”

”December til februar: Det regner nærmest konstant, og dyre- og plantelivet forandres...”

Ordet ”regntiden” i den første sætning er godt placeret, hvis sammenhængen fx er en beskrivelse af årstiderne. Sætning to er stærkest, hvis der fx er tale om en kronologisk gennemgang af månederne og deres karakteristika.

Det kræver lidt øvelse at skrive med nøgleord, men det er ikke svært, når du har prøvet det et par gange.

Derudover er der den fordel ved nøgleord, at tekster, der er optimeret med nøgleord ofte klarer sig bedre i søgemaskinerne end tekster, der ikke er. Rigtig søgemaskineoptimeret tekst er dog noget mere kompliceret at skrive end beskrevet her.

9 Brug links

Hvis du kigger på nettet, er der stor forskel på, hvordan websteder bruger links. Nogle laver små bokse med links til de enkelte artikler, andre linker direkte i teksterne. Nogle linker slet ikke. Hvad enten du linker

til dine egne artikler eller til andre websteder på nettet, kan det være en fordel at linke inde i selve teksterne.

Ligesom nøgleord og mellemrubrikker virker tekstlinks som stop-skilte for læseren. Samtidig viser undersøgelser, at tekster med mange links og henvisninger giver høj troværdighed.

Her er nogle eksempler på tekstlinks:

”Jeg har samlet et dokument med rejseplan og flyrute.”

”Klik her”

”Vi vidste, vi var ankommet, da vi så det store ”Hollywood”-skilt oppe på bjerget.”

”Det hvide næsehorn er på FN’s liste over truede dyr.”

Fire af de fem links i eksemplerne her er rimeligt selvforklarende. Et enkelt er ikke. Desværre er det en type link, der findes rigtig mange af på nettet. Skulle du være i tvivl, så drejer det sig om ”Klik her”. Selv om man ser dem over alt, så er de værd at undgå, hvis du overhovedet kan, fordi linksene er uklare. Nogle vil indvende, at læseren ud fra sammenhængen kan tyde, hvad linket henviser til. I nogle tilfælde vil det også være rigtigt, men i langt de fleste vil det skabe usikkerhed.

Et eksempel:

”Det hvide næsehorn er på FN’s liste over truede dyr. Klik her.”

Kan du selv gætte, hvad der gemmer sig bag linket her? FN-listen over truede dyr? Et samlebillede af et næsehorn? En hjemmeside om jagtrejser?

10 Læs korrektur

Der er ikke noget værre end lange tekster, som er fulde af grammatik- og slåfejl. Det er irriterende at læse en tekst fuld af fejl og så ødelægger det tekstens troværdighed. Hvis du ikke engang kan stave navnet

rigtigt, hvordan kan læserne så vide, at det, du citerer vedkommende for, også er korrekt? Samtidig kan du være helt sikker på, at folk nok skal gøre dig opmærksom på, hvis du laver fejl. På nettet er der kontant afregning hver gang.

Der er selvfølgelig grader af vigtighed. Hvis du fx har planer om at sælge dine rejseartikler, når du kommer hjem fra en ferie, er slåfejl og korrekte stednavne noget, der bliver lagt mærke til.

Det kan godt være svært at læse korrektur på sine egne tekster. Derfor er det en god ide at få et par friske øjne til at læse tingene igennem, og måske samtidig give noget feedback på dit sprog og dine ordvalg. Du kan få flere gode råd til korrekturlæsning i kapitel 3.



5. Mundtlig formidling – foredrag eller tale

Når man læser, kan man gå tilbage i teksten, hvis der er noget, man ikke forstår. Det kan man ikke, når man lytter til en tale. Lytteren har kun én chance for at høre og forstå, hvad der bliver sagt, og derfor har du som taler et særligt ansvar.

Kedelige og uforståelige foredrag skyldes ofte, at taleren ikke er opmærksom på, at der er forskel på at lave en tekst, der skal læses, og en tekst, der danner udgangspunkt for et foredrag. Det kræver det samme at forberede sig til et foredrag, som det kræver at skrive en artikel, men der er store forskel på, hvordan de to former for formidling skal præsenteres.

På mange måder er det lettere at kommunikere med sit publikum gennem et foredrag end gennem en artikel. Som taler har du målgruppen – tilhørerne – lige foran dig, og du kan tale direkte til dem. Du har mulighed for undervejs at forklare og uddybe din historie, hvis du fornemmer, at der er noget, publikum ikke forstår. Samtidig kan du også springe dele af dit foredrag over, hvis du mener, det vil være overflødigt, eller hvis du tror, det vil støde nogen. Derfor er det vigtigt, at du forbereder dig så godt, at du har overskud til at tilpasse dit foredrag til situationen.

■ Mens du forbereder dig

Du skal tage højde for, at tilhørerne ikke har mulighed for at læse med, når de hører dit foredrag. De stoler på, at du fortæller dem det, de skal vide.

Husk, at de fleste mennesker har svært ved at lytte koncentreret i mere end otte minutter ad gangen – og de har svært ved at huske mere en fem ting på en gang. Derfor er det en god ide at indlægge elementer i dit foredrag, der rusker lidt op i publikum, og at du jævnligt opsummerer, så du hjælper publikum videre i dit foredrag.

Når du skal holde foredrag, er det vigtigt, at du tænker over, hvordan du gerne vil have publikum skal opfatte dig. Vil du fx være ekspert,

lærer, kvalificeret øjenvidne eller mervidende ligemand? Du vil sikkert vælge en af de to sidste kategorier – og det er formentlig et klogt valg, fordi det sikkert også er der, du vil føle dig mest hjemme.

Når du føler dig godt tilpas, virker du også troværdig, og det får folk til at lytte.

Det betyder ikke, at du skal vide alting. Til gengæld skal du fortælle publikum om, hvad din baggrund er for at fortælle den historie, du nu skal i gang med. Samtidig kan du også forklare, hvad du ved noget om – og hvad du ikke ved noget om.

Du skal gøre dig klart, hvilke forudsætninger publikum har. Hvad ved de om emnet? Hvor gamle er de? Hvad er deres baggrund? Hvad er de mest interesseret i at høre om? Det er også godt at overveje, hvilke indvendinger de måske vil have til det, du vil fortælle.

■ Selve talen

Når du forbereder dig, skal du overveje, om du vil oplyse, overbevise eller underholde dit publikum. Ofte vil et foredrag indeholde alle elementer, men det er vigtigt, at du beslutter dig for, hvad der skal fylde mest. Er det vigtigst, at publikum griner og morer sig, at de bliver kloge, eller at de bliver overbevist om, at verden ser anderledes ud, end de måske havde forestillet sig?

Hvis du selv ved, hvad du vil med dit foredrag, kan du bedre arbejde målrettet med at forberede dig – og der er meget større chance for, at dit foredrag bliver en succes.

■ Stil spørgsmål til dig selv

Hvem skal jeg tale til? Hvor skal jeg tale? Hvor mange mennesker vil der være? Hvad skal jeg tale om? Hvorfor vil jeg tale om det? Hvad skal publikum have ud af mit foredrag? Hvilke forudsætninger har mit

publikum? Hvordan vil jeg gerne fremstå? Hvordan vil jeg tilrettelægge foredraget? Hvor længe vil jeg tale?

Det er ikke sikkert, det giver mening, at du gør dig alle disse overvejelser, inden du går i gang med at forberede dig. Men du kan være sikker på, at du undervejs i forberedelsesprocessen får brug for at overveje, hvad du vil, med hvem og i hvilken situation.

■ Få en god ide

Når du skal holde et foredrag, kan du enten lave et færdigt manuskript eller skrive nogle gode stikord ned. Uanset hvad får du brug for at være godt forberedt.

Før du kan lave dit foredrag, er du nødt til at finde en synsvinkel. Ligesom når du skal skrive en artikel (se kapitel 3), er det vigtigt, at du er meget præcis, når du beslutter dig for, hvad dit foredrag skal handle om. I første omgang skal du være fuldstændig ukritisk over for dine egne ideer. Lad dem komme til dig og skriv dem ned i vilkårlig rækkefølge.

Her er et par ideer til metoder, der er gode at bruge til ideudvikling:

Brainstorming

Vær ukritisk og skriv alt ned efterhånden, som du kommer i tanke om ideerne. Rækkefølgen er ligegyldig, og du skal hverken vurdere eller sortere i ideerne undervejs. Hvis du overhovedet ikke kan komme i tanke om noget, kan du finde billeder, mails og andet materiale fra din tur frem. Kig det igennem og skriv dine tanker ned. Du kan også bruge din familie og venner til at hjælpe med at huske det, du måske har glemt.

Hurtigskrivning

Også i hurtigskrivning skal du lade din kritiske sans ligge i tasken. Find et stykke papir og en blyant eller sæt dig ved tastaturet og skriv så hur-

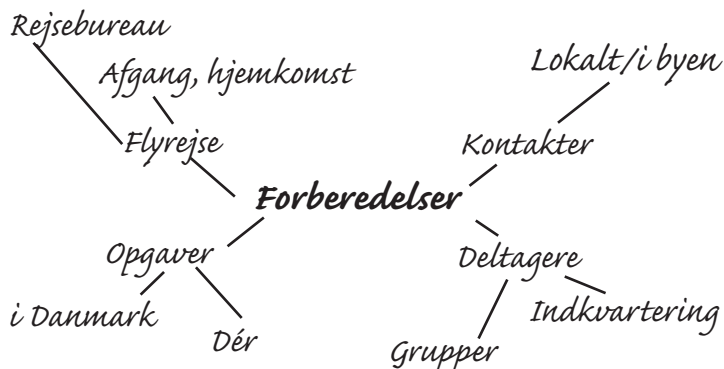
tigt du kan, alt du kommer i tanke om. Beslut dig for, hvor lang tid du vil bruge. Det vigtigste er, at du hele tiden skriver – også hvis du ikke kan finde på noget at skrive. Så gentager du bare den sidste sætning eller skriver ”nu ved jeg ikke, hvad jeg skal skrive”, indtil du kommer i tanke om noget andet. Du må ikke rette i teksten, strege ud eller gå tilbage og læse det, du har skrevet. Bare skriv.

Metoden fører tit til, at man kommer til at skrive om emner og historier, som man måske havde glemt eller ellers ikke var kommet i tanke om. Samtidig vil du sikkert opleve, at du formulerer dig mere præcist og levende, end du ellers ville have gjort. Flere formuleringer vil du sikkert kunne bruge direkte i dit foredrag.

Mindmap

Mindmap er en mere organiseret form for brainstorming. Tag et stort stykke papir og skriv dit emneord på midten af papiret. Rundt om skriver du de ord, du kommer i tanke om. Ud for hvert af de ord kan du så igen skrive de ord, du nu kommer i tanke om.

Når du har skrevet alt ned, du kan komme i tanke om, sætter du streger mellem de ord, der hører sammen. På den måde får du til sidst et kort over dine ideer og de historier, de kan udvikle sig til.



Indtal dine ideer

Når du taler, er det lettere at associere og få nye ideer, end når du skriver. Derfor kan du bruge talen til at udvikle ideer til dit foredrag. Igen gælder det om ikke at censurere sig selv. Du må ikke kræve, at alt det, du siger, skal give mening. Fordelen ved at tale dine historier frem er, at du også får ideer til formuleringer, du kan bruge i dit foredrag.

Tal med andre

En god samtalepartner er uvurderlig, når du skal udvikle ideer til dit foredrag. Vedkommende kan bruges som en kritisk lytter, der stiller opklarende og uddybende spørgsmål. Det gør i sidste ende dit foredrag bedre, fordi du med det samme finder ud af, om du bliver forstået og om din ide fanger. Du kan enten optage din samtale eller tage noter undervejs.

■ Når du skal fokusere

Forestil dig, at du slår op i et leksikon under bananer. Der finder du alle mulige informationer om, hvad en banan er, hvor man dyrker bananer, dyrkningsmetoder, retter med bananer osv. Leksikonteksten er interessant, men den ville aldrig virke som et foredrag, fordi den slet ikke er fokuseret. Af samme grund skal du ikke fortælle alt det, der er at fortælle om dit emne til publikum – du skal tværtimod hjælpe dem ved på forhånd at vælge, hvad du synes, er det vigtigste. Hvis du bruger tid på at vælge til og fra, er der meget større sandsynlighed for, at dit foredrag bliver en succes. Du bør også hjælpe publikum på vej ved allerede fra starten at fortælle dem, hvad du har tænkt dig at underholde dem med.

Undervejs skal lytterne gerne have en fornemmelse af at bevæge sig frem mod en pointe. At et foredrag har et fokus, vil altså sige, at lytteren både undervejs og bagefter ved, hvad din vigtigste pointe er. Hvis du har fokuseret dit foredrag, kan du sige i én sætning, hvad det handler

om, fx ”jeg har været i Uganda og vil fortælle jer om aids-epidemien, sådan som jeg oplevede den”.

■ Lav en disposition

Når du laver en disposition for dit foredrag, skal du forsøge at sætte dig i publikums sted og stille de spørgsmål, de måske ville stille: Hvad skal jeg høre om? Hvorfor skal jeg høre om det? Hvad kan jeg bruge den viden til? Hvor ved du det fra? Osv. Du kan med fordel lave din disposition sammen med en, der ligner dit publikum, så kan vedkommende stille alle de gode spørgsmål, mens du fortæller og tager notater.

Hvis du aldrig før har holdt foredrag, kan det være svært at få lavet en god og præcis disposition. I stedet kan en disposition for et standardforedrag hjælpe dig med at komme igennem dit emne på en logisk og sammenhængende måde:

1 Fængende og sjov indledning

Indledningen slår emnet fast og fanger publikums opmærksomhed. Start med en anekdote eller en sjov historie, som slår temaet for dit foredrag an. Fortæl derefter publikum, hvad sammenhængen mellem anekdoten og dit foredrag er. Derefter kan du kort fremlægge dispositionen for dit foredrag. Giv dem også gerne nogle praktiske oplysninger om, hvor længe du vil tale, hvordan du har tænkt dig at gøre det, om der er pause undervejs, om publikum må stille spørgsmål undervejs, eller om der er tid bagefter. Så kan folk bedre koncentrere sig, fordi de ved, hvad de kan forvente, hvornår de kan komme på toilettet, osv.

2 Sagsfremstillingen

Her fortæller du din historie. Foredragets fokus skal være udgangspunktet for din fremstilling. Du uddyber, beskriver og analyserer dit emne. Du giver eksempler, forklarer, hvordan tingene hænger sammen,

og belyser kontraster. Måske viser du nogle billeder eller andet, der kan illustrere dine pointer. Sagsfremstillingen er essensen i dit foredrag – det er her folk bliver klogere. Derfor er det også den del, der skal fylde mest i dit foredrag.

Til sidst er det vigtigt at bruge tid på at imødekomme eventuelle skeptikere ved at gendrive deres væsentligste indvendinger eller modargument på en sober måde. Nogle gange har skeptikerne ret – og det kan du ligeså godt indrømme. I stedet kan du påpege, hvorfor du alligevel mener, at dine påstande gælder. På den måde vaccinerer du dine egne argumenter.

3 Afslutningen

I afslutningen breder du perspektivet ud. Du konkluderer og trækker de væsentligste pointer op. Afslutningen skal sikre, at du samler trådene for publikum, så de kan sætte dit emne ind i en større sammenhæng, og pointerne står knivskarpe. Spørg dig selv, mens du forbereder foredraget, hvad du vil have, at publikum skal mene om dit emne, og hvad de skal huske bagefter. Sig det i afslutningen.

■ Foredraget tager form

Når du skal formulere dit foredrag, skal du altid tage udgangspunkt i emnets karakter (alvorligt, underholdende, sørgeligt, osv.) og i, hvem publikum er. Det vigtigste er, at din fremstilling er levende, klar, overbevisende og god at lytte til. Når du præsenterer dig selv, skal du turde indrømme dine egne begrænsninger som ekspert på området. På den måde undgår du at blive løbet over ende, hvis der er en blandt publikum, der ved noget om dit emne.

Gode råd, når du skal formulere dit foredrag:

- Brug dine egne erfaringer. Tag udgangspunkt i dine oplevelser.
- Bland det konkrete og abstrakte. Brug eksempler, personer og de

taljer til at illustrere eller forklare abstrakte begreber. På den måde får publikum mulighed for at forestille sig, hvad du taler om.

- Brug sammenligninger.
- Brug modsætninger, fx dit eget hverdagsliv i Danmark over for hverdagslivet blandt unge i det land, du besøgte.
- Underbyg dine påstande med eksempler, øjenvidneskildringer, undersøgelser og statistik.
- Tag udgangspunkt i publikum, så de kan identificere sig med det, du fortæller.
- Husk den røde tråd. Fortæl løbende publikum, hvor du er i historien, og hvor du er på vej hen.
- Gentag de vigtigste pointer og saml op undervejs.

Når du skal sætte ord på dit foredrag, er det en god ide både at tale højt med dig selv og skrive ned undervejs. Læs teksten igennem, marker de passager, du synes, fungerer godt, og skriv videre ud fra dem. Når du er færdig med teksten, skal du holde foredraget – du kan godt nøjes med at læse det højt for dig selv, men det kan godt betale sig at finde en, der kan lytte med.

Bed den, der lytter om at være opmærksom på:

- Er fokus klart? Er den røde tråd synlig hele tiden?
- Er alle påstande dokumenterede?
- Er alle informationer væsentlige for historien? Er der noget, der kan udelades? Noget, der mangler?
- Fungerer indledningen? Slår den emnet an? Giver den en ide om dispositionen for foredraget?
- Er afslutningen klar nok? Hvad oplever lytteren som den væsentligste pointe i foredraget?
- Er sagsfremstillingen saglig og veldokumenteret samtidig med, at den er levende og personlig?
- Får du samlet op på historien undervejs og til sidst?

Brug kommentarerne fra lytteren til at rette dit foredrag til. Samtidig kan du spørge dig selv:

- Er fokus i orden? Er det væsentlige med, og er det vægtet på en fornuftig måde i forhold fokus for foredraget?
- Er rækkefølgen logisk og opfylder den publikums behov for informationer?
- Er eksemplerne gode og illustrative? Er sammenligningerne?
- Er sproget levende, beskrivende, præcist og til at forstå?

Læs derefter foredraget højt for dig selv igen og lyt efter, hvad der fungerer og ikke fungerer. Ret til igen.

■ Forbered dig

Så er det tid til at komme op at stå. Stil dig foran spejlet. Øv dig. Læs op. Genfortæl det, du har skrevet. Selvom du har dit manuskript med til foredraget, skal du kunne det næsten uden ad, så du kun har brug for at støtte dig til teksten, hvis du går i stå. Øv dig i at se op fra manuskriptet. Øv dig i at tale frit i stedet for at læse op. Øv dig også selvom du kun har skrevet stikord – du skal være helt sikker på, at du forstår stikordene, ellers må du vælge nogle andre.

Jo mere du øver dig, jo mindre nervøs og usikker virker du – og jo bedre går budskabet ind hos publikum!

■ Når du står der

Sørg for, at der er god belysning, så publikum kan se dig, og du kan se dit manuskript og dine hjælpemidler.

- Check at mikrofoner og anden teknik virker, inden publikum kommer.
- Sørg for at alle kan se og høre dig – spørg eventuelt publikum, inden du går rigtig i gang med foredraget. Lad være med at snige dig

langs væggen. Du skal ud på gulvet, så publikum kan se, at du har lyst til at være der.

- Vend front mod publikum. Se på dem. Tal til dem. Du skal ikke læse op af dit manuskript. Du skal fortælle dem, hvad der står i manuskriptet.
- Tal langsomt og vær ikke bange for at holde pauser. Pauser er en forudsætning for, at publikum kan forstå, hvad du siger – og husk på, at de tit føles længere for dig end for publikum.
- Tal tydeligt, så publikum kan høre, hvad du siger. Lad være med at sluge enderne af dine sætninger, så de sidste ord forsvinder. Sørg for at lægge ekstra vægt på vigtige og nye informationer, som du gerne vil have, at publikum bider mærke i – gentag dem eventuelt.
- Lad dig ikke slå ud, hvis du siger noget forkert eller glemmer, hvad du skal sige. Det er bedre at sige ”Hov, jeg glemte at sige...” end at blive helt befippet. Det smitter af på publikum: Hvis du er rolig, er de det også – hvis du bliver forvirret, gør de sikkert også.
- Træk vejret helt ned i maven et par gange, inden du begynder. Det tager den værste nervøsitet. Men lad være med at tage en dyb indånding lige før du skal i gang med at tale. Hvis dine lunger er overfyldt med luft, skal du bruge energi på at puste luften ud, mens du taler. Det betyder, at det er svært at styre stemmen – og den er dit vigtigste redskab i foredraget.

■ Brug af visuelle hjælpemidler

Hvis du bruger dem rigtigt og med omtanke, kan det være en god ide at bruge power points, slides eller flipover – især hvis du skal holde et mere fagligt foredrag med mange faktuelle oplysninger.

Power points og slides skal naturligvis forberedes før foredraget, mens de notater, du laver på en flipover (eller en tavle), bliver til undervejs i foredraget. Det kan være med til at gøre dit foredrag mere dynamisk, fordi notaterne udvikler sig i takt med foredraget. Til gengæld kræver

det, at du har et stort overblik, og at du er meget sikker i dit foredrag, for du skal skrive, mens du taler.

Fordelen ved at bruge visuelle hjælpemidler er, at du giver publikum et fast holdepunkt. Du kan være mere abstrakt og i højere grad krydsreferere til noget, du har sagt tidligere. Samtidig kan publikum slappe af, for de skal ikke huske alle faktuelle oplysninger, men kan støtte sig til, hvad der står på power pointen.

Ulempen er omvendt, at de visuelle hjælpemidler kan stjæle opmærksomheden fra dig. Det kræver store forberedelser at bruge visuelle hjælpemidler, hvis ikke det skal skygge over din egen præsentation. Power points eller flipovers skal indeholde centrale og væsentlige informationer og gerne i punktform, så publikum let og hurtigt kan overskue det. Visuelle hjælpemidler er gode til lister, kort og illustrationer, der giver overblik over fx rejseruten eller befolknings sammensætningen. Hvis du vil have succes med at bruge visuelle hjælpemidler, når du holder foredrag, er her nogle gode råd:

- Skriv ikke for meget tekst på hver power point eller flipover. Brug punktstørrelse 16 til power points, så publikum kan læse, hvad du har skrevet.
- Start ikke med at bruge de visuelle hjælpemidler. Lad publikum få en fornemmelse af dig først.
- Introducer altid en power point, før du viser den. Forklar, hvad der står på power pointen – og giv publikum mulighed for at læse den, inden du går videre.
- Sluk for projektoren, når du er færdig med at vise power points.
- Lad være med at stå og kigge op på lærredet. Print dine power points ud, så du hele tiden kan stå med front mod publikum.
- Pas på med at skygge for lærredet eller flipoveren.

Hvis du beslutter dig for at bruge visuelle hjælpemidler til dit foredrag, skal du overveje, hvilke informationer du gerne vil formidle på tryk. Hvad er det, du gerne vil have, at publikum husker eller lægger sær-

ligt mærke til? Det kan være meget forskellige informationer som fx en oversigt over antallet af hiv-smittede i Malawi fordelt på alder eller en liste over, hvilke vaccinationer man skal have, når man rejser til Bolivia.

■ Syv gode råd til dig, der skal tale

- 1 Fokuser. Hvad er dine vigtigste pointer – fortæl dem til publikum i begyndelsen af dit foredrag og gentag dem både undervejs og til sidst. Det er dit ansvar, at publikum hele tiden kan følge den røde tråd. Derfor skal du opsummere og gentage dine pointer undervejs.
- 2 Sæt dig i publikums sted, når du forbereder dig – og forestil dig, hvad de vil spørge om. Besvar de spørgsmål i dit foredrag.
- 3 Bland konkrete oplysninger med abstrakte forklaringer.
- 4 Øv dig. Læs højt – både når du er færdig og undervejs. På den måde kan du høre om dine formuleringer er mundrette og til at forstå.
- 5 Tænk over, hvor du har dine hænder. Prøv at holde dem i ro. Lad være med at pille ved dit manuskript eller klikke med kuglepenen. Det virker nervøst og distraherer publikum. Tænk også over, at du ikke kommer til at stå alt for uroligt.
- 6 Fortæl i stedet for at læse op – de bedste foredragsholdere er dem, der kender deres manuskript så godt, at de kan formidle deres budskaber levende i stedet for at læse op fra papiret.
- 7 Sørg for, at alle kan se og høre dig hele tiden. Spørg hvis du er i tvivl.



6. Radio, der fænger

Kapitel 6

Radio handler om lyd – og om at tale til fantasien. Måske tænker du, at et radiointerview skal foregå et stille sted. Sådan er det ikke nødvendigvis. Hvis du fx interviewer en mor om at bo alene med fire børn, kan det være meget effektivt at høre børnelarm i baggrunden. Lyd skaber billeder – og dermed hjælper lyden publikum med at forestille sig alt det, de ikke kan se. Jo flere forskellige lyde, der er, jo mere sætter du gang i fantasien hos lytterne.

Du skal forsøge at skabe stemninger, der underbygger dine interviews og din historie fx ved at bruge baggrundslyde (cleansound). På den måde fungerer lyden som scenografi for din historie. Larmen fra børnene kan afsløre, at det er en uoverkommelig opgave for moderen at passe de fire børn, eller det kan fremhæve, at der er en god stemning blandt børnene.

Du bliver god til at tænke lyde ved at skærpe din lyttesans. Prøv at forestille dig, hvilke lyde der kan beskrive det sted, hvor du befinder dig lige nu. Hvis du laver interview i en skole, kan det fx være børn, der leger, en ringeklokke eller uddrag af undervisningen. Du kan også prøve at lytte til radioreportager og så skrive ned undervejs, hvad der fungerer, hvilke lyde de bruger, og hvilke billeder lydene skaber i dit hoved. Læg også mærke til, hvad der får dig til at være ekstra opmærksom – måske er det en lyd, der bliver gentaget gennem hele reportagen, eller en lyd, der sætter dig i en helt særlig stemning.

■ Optageudstyr

Det gælder om at have så godt udstyr som muligt, hvis du skal kunne bruge dine optagelser, når du kommer hjem. Du kan fx tage kontakt til en lokalradio og spørge, om du må låne udstyr af dem. Inden du kontakter radioen, er det vigtigt, du har tænkt over, hvad du vil lave. Find to-tre gode og konkrete ideer (se kapitel 5 om ideudvikling), som du kan præsentere for radioen – og som du kan tilbyde dem, når du kommer igen. Du kan også tilbyde dem at lave et interview med

dig, når du er hjemme igen. Det giver lokalradioen mulighed for at tage stilling til, hvad de får ud af at låne dig udstyret.

■ Lær at bruge udstyret

Hvis du låner optageudstyr af en lokalradio, skal du sørge for, at de instruerer dig grundigt i, hvordan du bruger udstyret. Du skal fx vide, hvor høretelefonerne skal sidde? Hvordan tilslutter du mikrofonen? Hvordan sætter du båndene rigtigt i? Hvordan indstiller du optage niveauet? Hvor sidder record(optage)knapperne? Hvor sidder batterierne?

Du skal bruge høretelefoner, hver gang du optager, ellers kan du ikke indstille optagestyrken rigtigt. Det er vigtigt, at du beholder dem på under hele optagelsen. Når du har styr på, hvor ledningerne hører til, og hvilke knapper du skal trykke på, skal du lave nogle prøveoptagelser fx med nogle venner.

Først skal du øve dig i at holde mikrofonen rigtigt. Hvis du holder mikrofonen tæt på munden, hører man mest din stemme. Hvis du holder den 20 cm fra kroppen, kommer lyden fra det rum, hvor du befinder dig, også med. Du skal altså afgøre, om du vil fremhæve stemmen eller baggrundsllyden og så placere mikrofonen ud fra det. Prøv dig frem.

Du kan stort set lave optagelser alle steder, så længe du tænker over to ting. For det første skal du være opmærksom på, at hvis der er for meget baggrundsllyd, bliver det til støj på optagelsen, og det kan ikke bruges. For det andet er det svært at lave optagelser i blæsevejr, fordi vinden larmer i mikrofonen – du kan måske afhjælpe det ved at holde mikrofonen i læ af kroppen. Igen prøv dig frem.

Husk også at holde ledningen i ro. Hvis den fx klasker mod noget, får du en grim lyd på båndet, som du ikke kan bruge til noget.

Eksperimenter med optageniveauet. Du kan få lokalradiofolkene til at vise dig, hvad der er normal optagestyrke, så du har noget at gå ud fra. Hvis du indstiller lyden for højt, bliver den overstyret og dermed

forvrænget. Hvis du optager for lavt, kommer lyden til at suse, og baggrundsstøjen vil dominere. Begge dele skal du forsøge at undgå. Prøv at lave optagelser med forskelligt optageniveau for at få en fornemmelse af, hvad der fungerer.

Endelig skal du huske at have en taske med til dit udstyr. Udstyret er som regel sart og kan ikke tåle at blive kastet rundt, ligesom det heller ikke tåler støv eller vand. Derfor har du brug for en robust taske, der kan beskytte udstyret.

■ Inden du optager

Du sidder midt i et spændende interview med en, der er rigtig god til at fortælle. I baggrunden synger fuglene og der er et æsel, der skryder. Helt perfekt. Indtil du halvvejs i interviewet løber tør for bånd. Næste gang har du måske ikke batterier nok med, eller også har du glemt mikrofonen.

Derfor skal du lave en tjekliste med alt det, du skal have med, når du skal ud og lave interviews. På listen bør du blandt andet skrive ekstra bånd, mikrofon, høretelefoner, batterier og tuscher, som du skal bruge til at skrive på båndet.

Der er tre enkle regler, du skal følge, hvis du vil have god kvalitet i dine optagelser:

1. Brug høretelefoner, så du kan høre, om du optager på det rigtige niveau.
2. Lav en lydprøve, hvor du beder den, du skal interviewe, om at fortælle en kort historie. Mens vedkommende taler, kan du indstille optageniveauet korrekt. Stil også selv nogle spørgsmål for at tjekke lyden af din egen stemme. Spol evt. tilbage for at høre, om optageniveauet er godt nok.
3. Optag cleansound (baggrundslyd) inden du går i gang med interviewet, og igen når du er færdig. Så er det lettere at klippe lyden sammen til sidst.

■ At optage cleansound

Optag altid rigeligt med cleansound, som du kan bruge som underlægning til interviewet eller til nogle beskrivelser, du måske vil optage i et studie, når du er hjemme igen.

Det er let at optage cleansound, når først du har fundet ud af, hvad det skal være. Brug lidt tid på at få indstillet optageniveauet korrekt, og husk at holde mikrofonen stille, mens du optager. Lad være med at ændre optagestyrken hele tiden. Det kommer til at lyde elendigt. Optag lange sekvenser på mindst fem minutter med samme lydstyrke.

Hvis du fx optager en gudstjeneste, skal du ikke ændre optagestyrken, fordi lyden stiger et kort øjeblik. Det skal du til gengæld, når menigheden begynder at synge. Lav altid en lydprøve først, så du får det rigtige niveau fra begyndelsen.

■ Interviews og cleansound

Når du laver interview, skal du overveje, hvilken cleansound der kommer med på optagelsen. Hvis du interviewer en kvinde, der laver mad, er det perfekt at høre hende skære maden ud, hælde noget i gryderne og røre rundt. Du kan fremhæve lyden ved at gå helt tæt på med mikrofonen, når hun fx hælder noget i gryden.

Omvendt skal du tænke over baggrundsllyden, hvis du fx laver et interview på en cafe, hvor der blive spillet musik. Det er næste umuligt at redigere i musik, og hvis du ikke skal bruge hele optagelsen, vil det lyde mærkeligt, når det bliver klippet sammen. Derfor er det bedst først at lave interviewet et stille sted og så bagefter optage cleansound fra cafeen. Det giver dig mulighed for at bruge cleansounden som sammenhængende underlægning på hele interviewet, hvis du vil det.

■ At lave interviews

Det kræver forberedelse at lave et godt interview. Hvis ikke du har gjort dig klart, hvilken historie folk skal fortælle, bliver interviewet let springende og usammenhængende. Du skal også overveje, hvilken genre interviewet skal indgå i. Hvis du vil lave en reportage med en mand, der arbejder i marken, samtidig med han fortæller, stiller det andre krav, end hvis du skal bruge en konkret kommentar fra en lokalpolitiker. Når du vælger genre, skal du tænke på, hvem målgruppen for dine radiooptagelser er.

Nogle gange kan det selvfølgelig være nødvendigt at improvisere, men som hovedregel er det bedst at have planlagt interviewet. Inden du går i gang med at optage, skal du bruge noget tid på at snakke interviewet igennem med den, der skal interviewes. På den måde ved vedkommende, hvad interviewet skal bruges til, og du finder ud af, om du har fat i den rigtige person.

Start optagelserne med at spørge om folks navn, alder og profession, så du ikke bagefter står med et interview med en, du ikke kan huske, hvem er. Det er også en god ide at skrive oplysningerne ned, så du ved, at navnet er stavet rigtigt.

■ Få folk til at snakke

Hv-spørgsmål er nøglen til at få folk til at fortælle. Hvordan, hvorfor, hvornår, hvem og hvor lægger op til, at folk skal uddybe deres svar i stedet for bare at svare ja og nej. Stil kun et spørgsmål ad gangen. Hvis du spørger om flere ting, risikerer du, at folk kun svarer på det ene spørgsmål. Skriv dine spørgsmål ned, så du husker det, du vil spørge om.

Hør efter. Det lyder simpelt, men mange glemmer at lytte under interviewet. Måske dukker der svar op undervejs, som du vil have uddybet, eller som inspirerer dig til at stille andre spørgsmål.

De fleste mennesker er lidt forlegne, når de skal interviewes. For at få dem i gang med at tale kan du fx bede dem om at beskrive, hvordan der ser ud der, hvor I sidder. Målet er, at den, du interviewer, føler sig tryk og glemmer, at de bliver optaget. Det kan være svært, når de sidder med mikrofonen under næsen. Ofte vil folk forsøge at rykke væk fra mikrofonen. Derfor er det vigtigt, at du beder vedkommende om at sidde rimeligt stille under interviewet. Hvis der er meget uro der, hvor I sidder, fx fordi der hele tiden kommer folk forbi, kan det virke forstyrrende for den, der skal interviewes. Du kan tage hensyn ved at foreslå, at I sætter jer et andet sted.

Gode interviews er, når du kan høre, at folk har lyst til at fortælle. Når folk er engagerede, smitter det af på lytterne. Du må gerne stille det samme spørgsmål flere gange. Måske får du et bedre svar anden gang, du spørger. Sig også til den, du interviewer, at det ikke gør noget, hvis de laver fejl. Fortæl dem, at fejlene altid kan klippes ud, når indslaget skal redigeres.

■ Interview på fremmedsprog

Hvis ikke du taler sproget i det land eller den region, du besøger, så prøv at få fat i en tolk. Når du laver interview med tolk, skal du sikre dig, at tolken oversætter alt, hvad der bliver sagt. Nogle gange laver tolken bare et resume af det, der er blevet sagt, men du har brug for folks egne ord og formuleringer, når du skal redigeres indslaget. Fx er det almindeligt at spille lidt af interviewet på lokalsproget og så skrue ned for lyden og lave en dansk oversættelse ind over.

■ Efter rejsen

Når du kommer hjem med alle dine optagelser, skal du finde ud, hvad du vil bruge dem til. Forhåbentlig havde du allerede nogle ideer,

inden du tog af sted. Lyt alle båndene igennem for at få overblik over, hvad du har på båndene.

Hvis du vil lave et indslag til en lokalradio, er det en god ide at skrive ned, hvilke optagelser du vil bruge hvor. Det kan være en hjælp at lave et klippemanuskript, hvor du noterer, hvilke tider på båndet du vil benytte og i hvilken rækkefølge. Hvis du ikke vil lave et indslag selv, kan du spørge lokalradioen, om de vil interviewe dig og bruge nogle af optagelserne.

Du kan også bruge dine optagelser som inspiration til en artikel, som lydbillede til et diasshow eller som indslag under et foredrag.

■ 10 gode råd om at lave radio

- Lær optageudstyret at kende.
- Skriv dine spørgsmål ned, inden du skal i gang med at interviewe.
- Tjek om du har bånd, mikrofon, hovedtelefoner, batterier og tuscher med, når du tager af sted.
- Brug altid høretelefoner.
- Hold mikrofonen stille.
- Brug tid på at indstille optageniveauet.
- Hør efter, hvad folk siger, når du interviewer dem.
- Optag et minut cleansound før og efter et interview.
- Husk, at baggrundslyde skaber billeder hos lytteren.
- Optag mindst fem minutter lange cleansound-sekvenser.



7. Fotografering og dvdoptagelser

Kapitel 7

Billeder dokumenterer et udsnit af virkeligheden for dem, der ikke har været til stede. Derfor er det et godt medie til at virkeliggøre, underbygge og formidle vores oplevelser. Måske lyder 30 elever i en klasse ikke af meget, men når vi ser billedet af det lille mørke klasselokale med 15 stole og borde, forstår vi bedre. På den måde kan et godt billede fortælle flere historier, end ord kan gøre.

■ Planlæg din fotografering

Ligesom når du planlægger din rejse – hvor skal du hen og hvordan – skal du også gøre dig nogle overvejelser om, hvad du vil med dine billeder. Skal de fx bruges til en artikel? Til dit private fotoalbum? Til en diasserie? Til en udstilling med placher? Til en plakat? Derudover skal du overveje, hvem der skal se billederne: Din familie? Dine venner? En skoleklasse? Beboere på et plejehjem? Unge, der selv skal ud at rejse? Svarene bestemmer, hvilke og hvor mange billeder du skal tage. Tænk i historier, ligesom hvis du skal skrive en artikel eller holde et foredrag, og husk, hvis du vil for meget, får du for lidt med hjem!

■ Lav en huskeliste

Lav en foreløbig liste hjemmefra med alle de motiver, du kan komme i tanke om, du kan få brug for til de historier, du gerne vil fortælle. Det kan være svært at forestille sig præcist, hvad du kommer til at opleve, så prøv at tænke i overordnede emner. Tag listen med på rejsen og opdater den undervejs. Prøv at skrive de betragtninger ned, du gør dig de første dage, efter du er landet. Det, du ser på den første tur gennem byen, vil du ikke nødvendigvis bemærke senere, når du har vænnet dig til dit nye land.

Hvis du ikke har mulighed for at fotografere lige, når du ser et godt motiv, så skriv det ned. Så kan du måske vende tilbage en anden dag.

■ Det gode billede

For at tage et godt billede skal der være en ide med billedet – du skal fortælle en historie. Gå rundt om motivet og tænk over, hvordan du bedst kan fortælle din historie.

Når du fotograferer mennesker, vil du opleve, at i det øjeblik, de ser kameraet, forandrer de adfærd. For at undgå, at du kun kommer hjem med opstillede billeder, skal du tage mange billeder – og tale med dem, du fotograferer, undervejs, så de slapper af. Tag også billeder af folk, der arbejder eller er travlt optaget af noget. Det giver liv på billederne. Husk at spørge om lov til at fotografere dem.

Hvis du vil offentliggøre dine billeder som supplement til en artikel, er det vigtigt, at du vælger det rigtige motiv og billedudsnit. Tit har folk fundet et rigtigt godt motiv – til gengæld er billedudsnittet dårligt disponeret. Ofte er der for meget himmel eller for meget landskab på billedet, og det objekt, der skal fotograferes, er i centrum af fotoet.

Hvis du fx skal tage billeder af kvinder ved et vaskehus i Bangkok, så kig gennem søgeren på dit kamera og overvej, om der er andre vinkler at tage billedet fra. Måske kan du stå op på en lastbil eller sætte dig i blandt dem – et eller andet der får dig væk fra den sædvanlige vinkel. Det centrale i dit billede er kvinderne og det, de laver. Gå så tæt på kvinderne som muligt, træd et skridt til siden, så kvinderne ikke længere er i centrum, men så vaskehuset til gengæld kan fungere som baggrund.

Sæt dig på hug, når du tager billeder af børn, så du tager billederne i børnenes øjenhøjde, i stedet for at tage billeder, hvor man kigger ned på dem.

Tips til det gode billede

- Gå tæt på det, du vil fotografere. Husk at spørge om lov, hvis du fotograferer mennesker tæt på.
- Tag billeder af de mennesker, du omgås til daglig – både som gruppe og enkeltvis.
- Tag billeder af hverdagslivet, livet på gaden, markedspladsen, busstationen, morgentrafikken, osv.

- Tag billeder af dem, du rejser med, og få dem til at tage billeder af dig. Hvis du er alene, så spørg undervejs. Du får brug for billederne, når du senere skal formidle din rejse.
- Tag billeder af ting, der fortæller, hvor du har været, fx gadeskilte, landkort, vejskilte, aviser og butikskilte.
- Billeder skal være personlige uden at være private, så billederne af dig og din veninde til fest, på shopping, ved vandet kan du godt lade blive i fotoalbummet, når du kommer hjem.

■ Diasshow

Hvis du kombinerer dit foredrag med billeder fra din rejse, har du mulighed for at illustrere dine oplevelser. Du skal bruge en bærbar computer, en projektor og så selvfølgelig nogle gode billeder. Det er let at gå til, og du kan selv styre, hvornår publikum skal se næste billede – måske vil du kombinere med power points med tekst undervejs.

Du kan også lave et diasshow, hvor du sætter lyd på billederne. Det kan både være lyd, du selv har optaget, musik eller interviewbidder fra din rejse. Når du har introduceret til dit emne, kan du sætte diasshowet i gang, og så kan du enten supplere med flere informationer bagefter eller lade folk stille spørgsmål.

Diasshow kombineret med foredrag er populære, fordi det giver publikum mulighed for at koncentrere sig om en ting ad gangen. Først skal de høre, hvad du siger, så skal de se billeder og derefter skal de lytte igen eller stille spørgsmål. I modsætning til en film får publikum ikke bare en visuel oplevelse, de kommer også til at møde et rigtigt levende menneske, der har noget på hjertet.

Stil udstyret op, inden folk kommer, og tjek, at det virker.

Planlægning af diasshow

Først og fremmest handler det om at finde ud af, hvad du vil fortælle, inden du tager af sted. Ligesom i al anden formidling skal du tænke på

indhold, målgruppe og udstyr. Når du skal forberede dig grundigt, er det, fordi du er 100 procent afhængig af de billeder, du har med hjem. Det nytter ikke noget, at du har et godt manuskript og en god ide, hvis du ikke har de rigtige billeder med hjem.

Formål og målgruppe

Find ud af, hvad formålet med diasshowet er, og hvem der skal se det. Overvej også hvad målgruppen skal få ud af at se diasshowet, og hvilken historie du vil fortælle. Undersøg, hvad og hvor meget din målgruppe ved om emnet. Overvej også, om det er emne, der interesserer dem, og om de måske har holdninger eller fordomme til emnet.

Indhold og emne

Tænk over, hvad du ved om det emne, du har valgt. Hvis du vil fortælle om din hverdag under din rejse, skal du ikke lave så meget research. Hvis du derimod skal fortælle om uddannelsessektoren i Ghana, får du sikkert brug for at indsamle informationer og lave interviews, mens du er af sted.

Sekvenser

Du skal lave små serier af billeder, der tilsammen beskriver en handling eller en person. Hvis du fx vil fortælle noget om en ghanesisk kvinde, der laver mad til sin familie, kan du lave flere sekvenser:

- Hvordan ser hendes køkken og omgivelserne ud? Billeder af stedet og af hende. Vis både totalbilleder og nærbilleder.
- Hvordan forbereder hun sig på madlavningen? Nærbilleder af hendes køkkenredskaber. Billeder af, hvordan hun bruger dem. Billeder af forberedelserne – måske bliver der fejlet, hentet vand, vasket op, samlet brænde og lignende.
- Hvilke ingredienser bruger hun, og hvor kommer de fra? Billeder af bananpalmen, rismarken, majsplantager osv. Billeder fra markedet, hvis familien køber ind der. Nærbilleder af råvarerne, inden de bliver forberedt.

- Hvordan foregår madlavning? Vis nærbilleder af, hvad der kommer i gryden, af den færdige ret og måske af familien, der er samlet om maden.

Det handler altså om at vise billeder af den samme situation, men fra forskellige vinkler. Du skal kunne illustrere hele forløbet, så derfor er det vigtigt, du har billeder fra start til slut.

■ Billeder til artikler

Billeder er blikfang. Derfor skal du også bruge billeder, når du skriver en artikel. Husk at skrive billedtekst til billederne, så læserne ved, hvad det handler om.

Hvis du skriver en artikel til dit foreningsblad eller til en lokalavis, vil de sikkert spørge dig, om du har nogen billeder. Begge medier vil som regel gerne illustrere over for læserne, at her er en rigtig levende historie fra en, der har været ude og opleve verden. Det er kun dig, der kan bidrage med de billeder.

Uskarpe billeder bliver i reglen afvist. Gør dig derfor umage med at stille skarpt på det motiv, du gerne vil illustrere. Hvis du fx skal tage et billede af en dreng, der står og griner, så stil skarpt på øjnene. På den måde opnår du, at billedet bliver nærværende, og at der er direkte kontakt mellem drengen, og den, der ser på billedet.

Teknisk tips

- Kameraer med manuelle lysmålere måler lyset i en radius omkring centrum af billedfeltet. Hvis du træder tættere på dit motiv, undgår du, at lys fra mindre vigtige genstande, snyder din lysmåler til at tro, at der mere eller mindre lys.
- Undgå modlys ved altid at placere dig, så lyset (solen) er bag dig eller kommer fra siden.
- Anskaf dig et kamera, der ikke larmer, eller slå lyden fra.

- I lande omkring Ækvator er det bedst at fotografere især mennesker om morgenen eller sent på eftermiddagen, hvor skyggerne er mindre dominerende.
- Når du fotograferer afrikanere, skal du bruge mere lys end ellers på grund af deres mørke hud. Brug eventuelt blitz.
- Fremkald dine film, når du kommer hjem. Så skal du ikke rejse rundt med dem, og du er sikker på, at dine billeder bliver behandlet forsvarligt.
- Sørg for at have hukommelseskort nok med til dit digitale kamera. Det er ikke sikkert, du kan købe flere undervejs. Vælg flere mindre hukommelseskort frem for et stort, så du ikke mister alle dine billeder, hvis du fx mister dit kamera.
- Lær dit kamera at kende, inden du tager af sted. Så er du klar til at fotografere med det samme.

■ Dvd-videokamera

Et dvd-videokamera er et godt, men ikke helt nemt redskab at bruge til at sætte både lyd og billeder på dine oplevelser. Du skal ikke forvente, at du kan lave det lige så godt som professionelle tv-folk. Til gengæld kan du måske lave nogle optagelser, der er relevante for netop din historie og dit publikum.

Resultatet bliver bedst, hvis du gør dig klar, hvad du vil fortælle – og hvad du skal bruge det til. Hvis du skal fortælle en væsentlig historie, som også vil interessere andre, er du nødt til at være nysgerrig og deltage i byens atmosfære, menneskers liv, fest, glæde, sorger og problemer.

Der skal være kontinuitet i historien. Derfor skal du hele tiden prøve huske på de motiver eller sekvenser, du tidligere har optaget. Hvis optagelserne ikke hænger logisk sammen med den foregående eller en af de tidligere sekvenser, så lad være med at filme – uanset hvor gode billeder, du synes, det er. Hvis du forbereder dig godt, får du sammenhængen forærende, og historien vil skabe sig selv. Du kan ikke altid forvente, at

tingene sker i den rækkefølge, du har planlagt. Derfor kan du få brug for at klippe filmen sammen, når du kommer hjem.

Interview

Du kan sagtens filme og interviewe samtidig. Du skal bare vide præcist, hvad du vil spørge om. Brug eventuelt et stativ, når du filmer interviews, så billederne ikke bliver alt for urolige. Når du er færdig, skal du filme nogle ”indklipsbilleder”, der kan illustrere det, I har talt om – dem kan du klippe ind, når du kommer hjem. Tag en mikrofon med, så du kan sætte kameraet på et stativ, mens du optager. På den måde kommer du tættere på den, du skal tale med, og får måske et bedre interview ud af det.

Udstyr

Du kan enten købe et dvd-videokamera selv eller forsøge at låne et professionelt kamera af en lokal tv-station. Husk at få dem til at instruere dig grundigt i, hvordan kameraet virker. Et lille stativ er uundværligt – og så skal du selvfølgelig bruge dvd-rommer til at optage på.

Før afrejsen

Læs brugsanvisningen grundigt og lær dit kamera at kende, inden du tager af sted. Køb de rigtige dvd-rommer hjemmefra. Køb eventuelt et ekstra batteri, hvis du ikke har mulighed for at lade kameraet op med det samme. Hvis du kan skaffe en håndmikrofon til kameraet, er den god at bruge til interviews.

Under rejsen

Pas på dit udstyr. Det tåler ikke støv, sand og vand. Genoplad kameraet inden du går i seng. Puds linsen jævnlgt.

Redigering

Når du kommer hjem, skal du klippe dine optagelser sammen til et færdigt program eller indslag. Måske kan du selv gøre det på dit dvd-video-kamera, ellers kan du spørge din lokale tv-station, om de vil hjælpe dig.

■ Otte gode råd om at lave film

- 1 Det billede, du ser i søgeren, er det, der kommer på båndet. Sørg for, at det er skarpt.
- 2 Undgå at bruge zoom. Gå hellere tættere på.
- 3 Film kun i modlys, hvis billedet i søgeren er godt – og hvis du fx kun ønsker konturerne af de mennesker, du filmer.
- 4 Brug stativet eller øv dig i at holde kameraet stille. Husk at horisonten skal være lige.
- 5 Optag faste indstillinger. Bevæg kun kameraet fra et motiv til et andet, hvis det passer med din fortælling, eller det er noget, du har planlagt. Optag altid et motiv i mindst 15 sekunder og hold det så længe, det er interessant.
- 6 Brug tid på billedets komposition. Øv dig hjemmefra, så du får de bedste billeder med hjem.
- 7 Hellere bevægelse i billedet end i kameraet. Det vil sige: Ja til løbende børn – nej til løbende kamera.
- 8 Lad være med at spare på dvd-rommerne, men optag til gengæld kun sekvenser, der virkelig er relevante for din historie, og billeder, du kan se, bliver gode.



8. Udstilling

Kejseritel 8

Vi oplever og forstår gennem sanserne – ikke bare synssansen, men også lugte-, høre-, føle- og smagssansen. Hvis du vil lave en god udstilling, er det derfor vigtigt, at du tænker over, hvordan du kan aktivere så mange af publikums sanser som muligt. Husk, at det ikke kun er børn, der er nysgerrige, og som synes, det er sjovt at røre ved ting.

Besøg potentielle udstillingssteder som fx biblioteker, kulturhuse, skoler og rådhus og hør, om de vil lave en aftale med dig om, at du kan vise din udstilling, når du kommer hjem. Du skal gøre det, inden du rejser, fordi mange udstillingssteder er booket langt ud i fremtiden, så det er godt at være ude i god tid.

■ Når du vil lave en udstilling

Der skal være et budskab i din udstilling, ligesom hvis du skal skrive en artikel eller holde et foredrag – og så skal der være en rød tråd, som helt bogstaveligt bringer folk fra den ene del af udstillingen til den næste. Det er vigtigt, at udstillingen er logisk bygget op, så det er åbenlyst for publikum, hvad de skal. Du kan fx begynde med et stort billede, som illustrerer din historie eller dit emne. Derefter kan der være en introducerende tekst, som giver publikum en indgang til udstillingen. Undervejs kan du måske vise effekter, du har med hjem fra din rejse, spille musik, servere smagsprøver... Mulighederne er uendelige, så længe der er en mening med det, du vælger at udstille.

Til sidst i udstillingen kan du vælge at lave et stykke papir eller et hæfte, som folk kan tage med hjem. Her kan du skrive lidt om baggrunden for udstillingen, og hvem du er.

Når du skal forberede din udstilling, kan det være en hjælp af svare på følgende spørgsmål:

- Hvad vil jeg fortælle/visе – hvad er mit budskab?
- Hvorfor vil jeg fortælle/visе det?
- På hvilken måde og med hvilke midler kan jeg få mit budskab frem?

- Hvor vil jeg gerne lave en udstilling – hvor er det muligt?
- Skal udstillingen vises et sted, eller skal den kunne flyttes rundt?

■ Hvilke effekter kan du bruge?

Tøj

Det kan være både sjovt og spændende at se, hvilket tøj folk går med i andre lande. Hvad har de på til hverdag? Hvad har de på til fest? Hvordan binder man en kanga i Tanzania? Hvordan ser en skoleuniform ud i Brasilien?

Tøj kan også bruges, hvis du skal ud på en skole og fortælle om din udstilling. Lad børnene prøve tøjet og forestille sig, at de er børn fra et andet land. Du kan også supplere tøjet med billeder af, hvordan folk går klædt i det land, du har besøgt.

Rekvisitter

Forsøg at få nogle rekvisitter med hjem fra din rejse, som du kan bruge til din udstilling. Hvis du fx vil lave en udstilling om nepalesisk mad, skal du samle en masse køkkengrej sammen, mens du er i Nepal. Tag også nogle krydderier eller andet med hjem, som publikum kan lugte til og røre ved. Det kan være svært at få plads til det hele i rygsækken, så måske skal du overveje at sende en pakke hjem. Måske kan du få din forening eller en lokal butik eller bank til at sponsorere portoen.

Musik og lydoptagelser

Det kan være en god ide at supplere din udstilling med lokal musik eller dine egne lydoptagelser. Lyd skaber billeder og lader folk bruge deres fantasi. Læs mere om radio og lydoptagelser i kapitel 6.

Du kan også tage nogle musikinstrumenter med hjem, som du kan lade folk spille på – eller måske kender du nogen, der vil komme og spille den lokale musik. Det vil skabe opmærksomhed om din udstilling.

Køb noget lokalt musik, fx med de lokale idoler, når du er af sted. Det kan være en god effekt til din udstilling.

Fotografier

Du skal have billeder med på din udstilling, fordi de illustrerer og forklarer din historie eller dit emne. Billederne skal være knivskarpe for, at de bliver rigtig gode, når de bliver forstørret. Måske kender du en professionel fotograf, der kan hjælpe dig med at udvælge de billeder, der er egnede til at forstørre. På den måde slipper du for at betale mange penge for en forstørrelse, der ikke bliver god. Læs mere om fotografiering i kapitel 7.

Illustrationer

Hvis det passer ind i din historie eller dit emne, kan det være en rigtig god ide at få nogle lokale børn til at tegne fx deres hverdag, deres familie eller noget andet, der kunne være relevant for din udstilling. Du skal måske selv tage farver og papir med hjemmefra. Hvis du laver et arrangement på en skole, kan du få de danske børn til at lave tegninger om det samme emne. Bagefter kan I så sammenligne tegningerne og få en snak om ligheder og forskelle.

Aviser og blade

Køb nogle aviser og blade med hjem. De fortæller meget om et land og dets samfund, og det kan være sjovt for publikum at se, hvad medierne skriver om i andre lande, og hvordan de griber det an. Hvis din udstilling handler om et bestemt emne, kan du finde både lokale og danske avisartikler om dit emne, som du kan bruge fx til en collage. Det siger måske noget om forskellene mellem det land, du har besøgt, og Danmark.

Tegneserier

Klip de sjoveste eller mest sigende tegneserier ud af de lokale aviser og brug dem i din udstilling.

Film og video

Hvis du selv har lavet optagelser, kan du vise dem på udstillingen. Du

kan måske også købe en lokal film, eller du kan optage lokale tv-udsendelser, hvis du har adgang til en video eller en dvd, mens du er af sted.

Opgaver og quizzer

Overvej om det kunne være sjovt for publikum fx at lave en quiz, inden de ser udstilling, og så måske endnu en, når de er færdige for at teste, hvad de har lært.

■ Under rejsen

Lav en liste over de ting, du gerne vil have med hjem. Skriv ned, hvad det er du bider mærke i eller undrer dig over den første tid på din rejse – det vil måske også kunne sætte tanker i gang hos dit publikum. Mange af tingene vil senere blive hverdag for dig, og du vil ikke længere tænke på blikkruset eller den lille stråkost som noget særligt.

Tænk over, hvad det er for et rum, du skal udstille i, og overvej, hvordan du kan bruge det på en ny og uventet måde. Det kræver en ekstra indsats, når du skal fange og fastholde folks opmærksomhed.



9. Litteratur og links

Kapitel 9

Jan Krag Jacobsen: 25 spørgsmål – en moderne retorik til planlægning af god kommunikation, Roskilde Universitetsforlag, 1997

Skriftlig formidling

Malene Bjerre: Fjern fejlene – korrekt dansk, Forlaget Ajour 2005

Gitte Luk: Styr kommaet – korrekt dansk, Forlaget Ajour, 2005
(elektronisk øvelsesprogram findes på www.forlagetajour.dk)

Mogens Meilby: Journalistikkens grundtrin – fra ide til artikel, Forlaget Ajour, 1998

Teddy Petersen: Skriv let – ej med næsen i sky, Frydenlund, 1996

Teddy Petersen: Skriv så det fænger, Frydenlund, 1997

Formidling på nettet

Grandjean Kommunikation: skrivgodt.dk, Frydenlund Grafisk, 2000

Rachel McAlpine: Web Word Wizardry, Ten Speed Press, 2001

Gerry McGovern og Rob Norton: Professionel Webkommunikation, Børsen, 2002

Blogger: www.blogger.com

DairyLand: www.diaryland.com

Content Mangement Systemer: www.opensourcems.com

Mundtlig formidling

Lis Gabers: Grib ordet – og gør det til dit, Gyldendal Uddannelse, 1997

Anne Katrine Lund: Mundtlig formidling, Frydenlund, 1997

Radio

Thorkild Ellerbæk: Radiobogen, DR Multimedie/Ajour, 2002

Foto/DV-kamera

Tom Ang: Politikens store bog om digital foto, Politikens Forlag, 2004

Kristian Frederiksen: Alene med et kamera – videojournalistens virkelighed, CFJE, 2005 (se også www.cfje.dk/dv)

Britt Malka: Digital foto for absolut begyndere, Libris, 2004

Udstilling

Hans Møller: Lav en udstilling, Nyt Nordisk Forlag

Sæt ord på din rejse
– gode råd om formidling, der virker



Redigeret af Suzette Frovin, Dansk Ungdoms Fællesråd

Bidragydere: Lisbeth Pilegaard, Lars Michael Sørensen og David Trads

Omslag: Rune K. Drewsen/Art2Go

Grafisk design: www.grafiliokus.dk/Anne-Mette Thomsen

Tryk: Laursen Grafisk, Tønder

Oplag: 2000 stk.

ISBN 87-91588-04-9

© Dansk Ungdoms Fællesråd, 2005

Dansk Ungdoms Fællesråd (DUF) er en paraplyorganisation for mere end 70 landsdækkende børne- og ungdomsorganisationer med tilsammen omkring 800.000 medlemmer. DUF arbejder for demokrati og indflydelse til børn og unge, med uddannelse, internationale ungdomsarbejde og meget mere.

Bogen er udarbejdet med støtte fra Danidas Oplysningsbevilling