

Overordnede principper for den Danida-støttede udviklingskommunikation

Principperne skal bidrage til at give udviklingskommunikationen et løft på kvalitet, fokus og effektivitet. Principperne skal være retningsgivende for Danidas egen kommunikation til den danske befolkning og den kommunikation, som eksterne aktører gennemfører med støtte fra Danida – dvs. med midler fra Oplysningsbevillingen og fra NGO-rammen (projektrelaterede oplysningsmidler).

Den overordnede ramme for principperne er *Lov om internationalt udviklingssamarbejde*, hvori det hedder, at der kan ydes tilskud til aktiviteter ”med henblik på at udbrede kendskab til og forståelse for udviklingslandenes udfordringer og for betydningen af dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde”. Derudover bygger principperne på kommunikationsmålsætningerne i *Retten til et bedre liv. Strategi for Danmarks udviklingssamarbejde*. Principperne er formuleret gennem en proces i efteråret 2012 med aktører fra bl.a. de folkelige organisationer, erhvervsorganisationer, kommunikationsaktører og Danida selv. Herefter er principperne forelagt Udviklingspolitisk Råd i marts og Udenrigsudvalget i april 2013.

1. Udviklingskommunikationen skal give nuancerede og retvisende billeder af udviklingslandene, udviklingssamarbejdet og resultaterne af det. Vi skal:

- Fortælle, at alle **har ret til** et ordentligt liv.
- Fortælle om de **fremskridt**, der er sket i udviklingslandene og vise den moderne virkelighed – men også fortælle om, at der fortsat er store udfordringer.
- Fortælle, at det globale udviklingssamarbejde skaber **resultater** – men også forklare, at andre faktorer som investeringer, global handel og ikke mindst udviklingslandenes egen indsats er afgørende for udviklingen.
- Fortælle om de vigtige **globale sammenhænge** – at vores valg påvirker udviklingslandene, og at udviklingssamarbejdet også er en investering, der gavner os selv.
- Fortælle, at udviklingssamarbejdet må **løbe risici** – det handler om komplicerede samfundsforandringer under vanskelige forhold - og når derfor ikke altid de ønskede resultater.

2. Udviklingskommunikationen skal målrettes relevante målgrupper, og indsatsen skal basere sig på indsigter i målgruppernes viden, holdning og interesser. Vi skal:

- Bruge segmenterne og indsigterne fra Danidas **holdnings- og kendskabsanalyser**, når vi udpeger målgrupper.
- Prioritere målgrupper i segmentet ”**De Positive**” med indsatser, der sigter på at øge deres viden.
- Prioritere målgrupper i segmentet ”**De Skeptiske**” med indsatser, der åbent adresserer deres vigtigste forbehold og sigter på at øge deres viden.
- Prioritere målgrupper, som afsenderen i forvejen har god kontakt til, for at klæde dem på som ”**videns-ambassadører**”.
- Prioritere **børn og unge**, blandt andet med tiltag til skoler og uddannelser, der er nøje tilpasset behovene i undervisningen.

3. Udviklingskommunikationen skal være nærværende og konkret for modtagerne og skabe synergi mellem relevante platforme og initiativer. Vi skal:

- Tage udgangspunkt i **modtagernes situation** og spørgsmål – frem for afsenderens dagsorden.
- Udnytte **eksisterende netværk og kontaktpunkter** og blive bedre til at dele adgang til relationer og platforme på tværs i udviklingsmiljøet.
- Koble til **aktuelle dagsordener** både i mindre fora og i de brede medier.
- Forsøge at etablere **strategiske partnerskaber** f.eks. med medieudbydere eller andre partnere, der har fat i særlige målgrupper.
- **Udnytte kontakter**, som vi f.eks. opnår gennem fundraising, til en bredere og mere nuanceret formidling af viden om udviklingslandene.
- Inddrage ”**stemmer fra Syd**” i kommunikationen, hvor det er relevant og muligt.
- Øge modtagernes mulighed for **engagement og involvering**.

4. Udviklingskommunikationen skal professionaliseres gennem kompetenceløft, videndeling og erfaringsudveksling. Vi skal:

- Sikre, at den enkelte indsats tilrettelægges med de **nødvendige kommunikationskompetencer** og ud fra relevante erfaringer.
- Indarbejde **vidensdeling og erfaringsudveksling** med andre aktører som en integreret del af projekterne.
- Dokumentere metoder, resultater og erfaringer og gøre det **tilgængeligt** for andre aktører f.eks. via evalueringer.