
Hungermarchen går gennem byen

– baggrund og projektbeskrivelse



En landsdækkende kampagne udført i et samarbejde mellem Jens Galschiot, Århus NGO-forum samt frivillige og andet godtfolk.



Baggrund



Projektet 'Hungermarchen' er iværksat som en protest mod nedskæringerne i den danske u-landsbistand. Nedskæringerne er en fatal fejltagelse i en tid, hvor skellet mellem rig og fattig er voksende, hvor over en milliard mennesker lever under sultegrænsen, og hvor fattigdom og sult er hovedårsagen til konflikter og flygtningestrømme verden over. Projektet tager udgangspunkt i 25 kopier af kunstneren Jens Galschiøts værk "Just do it", som forestiller en udsultet dreng iført hvide Nike-sko. Skulpturen har før været brugt, hvor den på utraditionel vis har skabt opmærksomhed omkring børnearbejde i den tredje verden og den ulige fordeling af verdens goder (læs mere om Jens Galschiøts arbejde på www.aidoh.dk).

Statuerne er fremstillet på Jens Galschiøts værksted i Odense, og mange frivillige fra Århus NGO Forum har de sidste par måneder taget turen til Odense for at hjælpe med det omfattende arbejde.

De 25 kobberskulpturer vil (denne gang uden Nike-sko og i en mere mørk udgave) udgøre ét samlet kunstværk med titlen 'Hungermarchen'. I samlet flok vil skulpturerne over en periode på 2 måneder 'vandre' gennem landet, og blive opstillet på hovedstrøg og centrale pladser i danske byer som et manifest over den skæve fordeling af verdens ressourcer.

Hovedbudskabet er, at vi må hjælpe mennesker i nød, både for deres og for vor egen skyld. Derfor er nedskæringer i u-landsbistanden et skridt i den forkerte retning.

Rækken af udmagrede, opgivende skikkelser, der bærer præg af et liv i dyb armod, vil ikke kunne undgå at vække både affekt og eftertanke hos de forbipasserende tilskuere. Projektet vil derfor kunne skabe en bred folkelig reaktion og medieomtale, som udgangspunkt for en debat om nødvendigheden af at støtte en bæredygtig udvikling for verdens fattigste befolkninger.

Projektkoncept

Tidsplan

Hungermarchen vil løbe af stablen i august-september, 2002, med opstart i Århus den 1-4/8, og i Århus NGO Forums oplysningstelt på Skanderborg Festivalen den 8-11/8. Derefter vil Hungermarchen begive sig på turné i resten af Jylland. Projektet vil blive koordineret fra Århus, men vil forløbe i tæt samarbejde med lokale græsrodsbevægelser og handelsstandsforeninger. Rejseplanen er endnu ikke helt fastlagt. Større byer som Ålborg, Randers, Kolding, Vejle og Esbjerg er oplagte mål, men vores ambition er at nå rundt i hele Jylland. Kampagnens rækkevidde afhænger dog af de økonomiske og menneskelige ressourcer, vi har til rådighed.

I slutningen af august vil Hungermarchen fortsætte til København, hvor skulpturerne vil blive opstillet i forbindelse med topmødet om bæredygtig udvikling i Johannesburg, og topmødet for EUs udenrigsministre i Helsingør den 30.-31. august. Der er allerede etableret en række kontakter til NGO-miljøet på øerne, og vi regner med, at Hungermarchen derefter kan videreføres på Fyn og Sjælland i september måned. Desuden kunne skulpturerne bruges i forbindelse med udenrigsministtermødet mellem EU og SADC (Fællesskabet for det Sydlige Afrikas Udvikling), der

affholdes i København den 7. og 8. november 2002, hvor der vil være deltagelse fra 29 lande. Jens Galschiøt har stor erfaring med at arrangere udstillinger og happenings i udlandet, og hvis projektet bliver en succes, er der også tanker om at udvide Hungermarchen til en international turné.

Målgruppe

Skulpturerne har den styrke, at de vil kunne nå ud til mange forskellige mennesker. Den primære målgruppe er den formodede store gruppe, der ikke prioriterer u-landsbistand særligt højt. Folk, som ikke har taget aktiv stilling, og som nedprioriterer u-landsbistanden til fordel for de nære ting. Derudover vil skulpturerne kombineret med oplysende materiale kunne række ud til den gruppe, der som udgangspunkt er positivt indstillet – men som mangler argumenter for, hvorfor u-landsbistand er en god idé.

Budskab

Det overordnede budskab for Hungermarchen er, at *mange mennesker har brug for hjælp*, hvilket er dét, skulpturerne i sig selv symboliserer. Det er derfor, at *vi må og skal hjælpe dem*, hvilket er det budskab, oplysningsmaterialet vil formidle.

Der er flere grunde til, at vi skal hjælpe. For det første er hjælpen med til at styrke modtagernes eksistensgrundlag og livskvalitet. Men hjælpen har også et mere indadrettet formål. Hvis ikke vi hjælper, giver vi afkald på den humanisme, som vores eget værdigrundlag bygger på. Fattigdom og nød er desuden en stor årsag til den bølge af fundamentalisme og konflikter, vi oplever i verden i dag. Det er også fattigdommen, som skaber de flygtningestrømme, der på længere sigt vil blive et uoverstigeligt problem – også for den rige verden.

U-landsbistanden er derfor også i høj grad hjælp til selvhjælp. Og projektbeskrivelsens overskrift 'Hungermarchen går gennem byen' hentyder netop til, at problemerne kommer til vores hus før eller siden, hvis ikke vi gør noget for at afhjælpe dem. Med u-landsbistanden giver vi derfor et afgørende bidrag til en mere fredelig udvikling for hele verden. Både for deres og vores egen skyld er det nødvendigt, at vi hjælper u-landene gennem bistanden. For Bistand Nytter.

Hvad er mediet?

De primære medier består af selve skulpturerne, flyers til uddeling samt placher opstillet ved værket. Skulpturerne kan fange målgruppens indledende opmærksomhed og informere om selve problematikken i forholdet mellem de rige og de fattige dele af verden.

Når opmærksomheden er fanget, kan uddelte flyers i korte vendinger forklare tilskuerne meningen med projektet. Derudover kan de, der gerne vil vide mere, få udleveret mere tekstungt materiale med argumenter for at hjælpe i u-landene.

De opstillede placher kan fungere som mere dybdegående information til yderligere interesserede. Placherne vil også behandle den aktuelle tendens til et mindre humanistisk livssyn i de politiske beslutningsprocesser. Her kan også selve processen bag udformningen af skulpturerne fremgå, samtidig med at budskabets afsendere præsenteres.

De sekundære medier er lokale samt landsdækkende aviser og radio/tv-stationer. Hungermarchen vil være en begivenhed, som i sig selv vil vække mediernes interesse, og vi har grundig erfaring med etablering af kontakt til pressen. Desuden arbejder vi også på at få produceret et dokumentarprogram om 'Hungermarchen'. De sekundære medier er naturligvis vigtige for eksponeringen af budskabet bag kampagnen og baggrunden for at iværksætte den.

Derudover vil en til formålet oprettet hjemmeside løbende orientere interesserede i projektets forløb. Hjemmesiden vil blive anvendt som en integreret del af kampagnen, og vil indeholde faktuelle oplysninger om Hungermarchen (presseinfo, rejseplan m.m.) og baggrundsinformation om kampagnens baggrund og budskab (artikler, billedmateriale m. m). Siden er endnu i sin opstartsfase, men domænet er købt og bliver: www.hungermarch.com

Effekt

Projektet skal gerne bringe de nødlidende mennesker, som hele debatten om u-landsbistanden i bund og grund drejer sig om, tilbage i billedet. Der har været en tendens til, at især diskussionen omkring nedskæringerne i forbindelse med regeringsskiftet har fokuseret på tal og statistikker, korrupte regimer og forholdet mellem Danmarks og andre landes bistand. Hungermarchens besøg kan hjælpe med til at øge opmærksomheden om de virkelige problemer. Projektet skal således bringe de mange problemer i Syd tættere på os selv og få de, der ikke prioriterer u-landsbistand særligt højt, til at revidere deres synspunkt. Ligeledes skal bistandstilhængerne føle en støtte i deres holdning.

Hos de, der normalt ikke overvejer konsekvenserne af nedskæringer i u-landsbistanden, skal mødet med Hungermarchen gerne føre til en erkendelse af, at dette er et område, hvor det slet ikke giver mening at diskutere nedskæringer. Selv inden for realpolitik bør humanisme i forhold til verdens fattigste mennesker ikke kunne gradbøjes. Andre menneskers problemer angår også os – både af moralske og sikkerhedspolitiske årsager. Der skal opbygges en goodwill omkring bistand – såvel nødhjælp som katastrofehjælp og udviklingsbistand. De, der stifter bekendtskab med projektet skal gerne forholde sig til (og tilslutte sig) vores præmis: at der aldrig må skæres ned i den samlede bistand.

Opmærksomhed omkring problemstillingen skal føre til øget debat og saglige indlæg i medierne omkring u-landsbistanden. Som en vigtig effekt vil medieomtalen skabe en bred påvirkning – også af de politiske beslutningsprocesser.

Hungermarch-kampagnen

Århus NGO-forum, 31. maj 2002