



Fremtidens udfordringer for folkeoplysningen

- Tænk tankens bud i form af 10 teser

Dansk Folkeoplysnings Samråd, DFS, nedsatte i 2009 en Tænk tank,ⁱ der, med blikket rettet mod 2020,ⁱⁱ har haft til opgave at se på fremtidens udfordringer for folkeoplysningen. Godt hjulpet af forskellige samfundsforskere og via en professionelt modereret scenarieproces er Tænk tanken på nuværende tidspunkt nået frem til ti teser om folkeoplysningen.ⁱⁱⁱ

Teserne er tænkt at skulle inspirere til debat og fornyelse i folkeoplysningen og er som sådan ikke et 'færdigt produkt'. Håbet er, at DFS-fællesskabet i den kommende tid vil kunne formulere en fælles forståelse omkring fremtidens udfordringer for folkeoplysningen. Tænk tankens teser er starten på en dialogproces.

Udgangspunktet for teserne og Tænk tankens arbejde er, at begrebet folkeoplysning i dag har en noget gammeldags klang i manges ører, og måske ligger der bag dette forhold, at folkeoplysningen for ofte mangler politisk bevågenhed og anerkendelse. Det til trods for

at det folkeoplysende arbejde, der faktisk foregår rundt omkring, for mange mennesker er så væsentligt for 'det gode liv' som aldrig før.

Men det er ikke kun 'de andres' skyld. Folkeoplysningen selv skal også mere på banen og markere sig, som den medborgerskabs-skabende, demokrati-underbyggende og velfærds-genererende institution den er. Og det skal helt sikkert gøres på flere og andre måder frem mod 2020.

Teserne er en invitation til debat i og om folkeoplysningen, men de er også et bud på samling i folkeoplysningen om nogle værdier og holdninger, der motiverer til handling for fremtiden. Værdier, som ikke nødvendigvis er nye, men som tåler at blive gentaget.

I det efterfølgende vil teserne blive præsenteret, én for én, efterfulgt af lidt uddybende ord fra Tænk tankens diskussioner.

DFS, Tænk tanken, april 2010

1. Folkeoplysningen er og skal være en betydningsfuld institution ift. udviklingen af et fremtidigt demokratisk, miljømæssigt, økonomisk og socialt bæredygtigt samfund – lokalt, nationalt og globalt.



Folkeoplysningen skal være med til at forme fremtiden. Den stigende kompleksitet i hverdagen, den øgede individualisering og de forandrede behov for fællesskaber skal folkeoplysningen forholde sig aktivt til i sit arbejde.

Folkeoplysningen skal bevæge befolkningen, bevæge sig ud blandt befolkningen og huske, at intet sker af sig selv, samt at forandring fryder.

2. Folkeoplysningen handler om medborgerskab! Vi oplyser individer og dyrker fællesskaber med respekt for begge dele.



Folkeoplysningen skal respektere individet og acceptere tidens persondyrkelse. Vi må tage det alvorligt, når folk oplever at blive anerkendt ved at blive set, hørt og ved at 'være på'. Folkeoplysningen må kunne rumme det målrettede og individualistiske i sine fællesskaber. Men den enkeltes præstation er ikke et mål i sig selv, for kernen i folkeoplysningen er at bidrage til demokrati og medborgerskab.

3. Det skal ses, høres, føles og dokumenteres, at folkeoplysningen tager sine opgaver alvorligt.



Folkeoplysning skal være rummelig, uhøjtidelig og fuld af oplevelser. Men uanset formen skal der ikke kunne herske tvivl om, at folkeoplysningen har en grundlæggende holdning til, at det gode liv kræver seriøs oplysning, reelle individuelle udfoldelsesmuligheder og virkeligt forpligtende fællesskaber. Det er vigtigt, at offentligheden forstår, hvordan det faktisk udfolder sig hver dag i folkeoplysningen. Derfor skal det dokumenteres.

4. Folkeoplysningen skal begejstre, underholde og give viden - og fortælle om det!



I folkeoplysningen får du det, du søger, men oveni får du måske også noget du ikke vidste, du havde brug for. Man kommer med lidt og går med en masse. Der er afledte følelser og afledte effekter i folkeoplysningen som ingen andre steder: Venskaber opstår, viden udvikles, informationer spredes, ideer udfoldes, når mennesker mødes. Det er unikt, og det kan 'sælges' – hvis vi forstår 'kunderne'.

5. Folkeoplysningen skal hele tiden moderniseres og reformuleres i forhold til sin tid.



Alt fungerer på markedsbetingelser i vore dage – inklusiv uddannelse og oplysning. Folkeoplysning er også business. Derfor er produktudvikling og markedsføring helt nødvendig i de enkelte folkeoplysende 'brancher', på de enkelte skoler og i de enkelte foreninger. Fingeren på pulsen, Grundtvig!



6. Folkeoplysningens unikke varemærke skal kommunikeres: Samvær uden klikker og stress.



Fællesskaber er der overalt, men mange andre steder følger der klikker og 'snævre' normer med. Den folkeoplysende bevægelse baserer sig på græsrodderne og er ikke elitær hverken i sin form eller sin vision. Nogle vil sige, at det er meget dansk: Man deltager ikke med det ene formål at vinde eller for at blive bedst eller berømt. Man deltager for at være med, for at dygtiggøre sig og for at have det sjovt. Dette skal kommunikeres ud på tværs af hele folkeoplysningen – som folkeoplysning!

7. Folkeoplysningen skal blive meget bedre til at samarbejde.



Folkeoplysningen er for dårlig til at arbejde sammen. Brancher som vores vinder ved at samarbejde, danne netværk og dele ressourcer. Lad folkeoplysningen samle sig fysisk i fælles huse og virtuelt på IT-platforme og i sociale netværk. Find sammen med andre aktører udenfor folkeoplysningen. Lav social-økonomiske virksomheder. Drop forfængeligheden og vanerne og gå til opgaverne sammen med andre.

8. Folkeoplysningen må erkende, at den kan virke ekskluderende og skal bevidst arbejde for fornyelse gennem integration og mangfoldighed i bredeste forstand.



Think global, act local eller gør det omvendt – bryd grænsen! Verden er mangfoldig. Internationalt samarbejde er nødvendigt. Det er en presserende opgave for folkeoplysningen at række langt ud til borgere i både indland og udland og til dem med anden etnisk baggrund end dansk. I folkeoplysningen synger vi om, at vi elsker den brogede verden – vis det!

9. Folkeoplysningen skal følge mere med tiden.



Er tiden ved at løbe fra folkeoplysningen? Hvis den er, så må vi efter den og sætte dagsordenen. Måske kræver det, at man ofrer en hellig ko eller to. Måske kalder det på mere synlighed, flere holdninger og større følelser. Måske mere selvrealisering og mere karriere. Måske mere fordybelse og nærvær. Måske...

10. Folkeoplysningen skal genfinde sin rolle som forsvarer af den personlige frihed, de lige muligheder og retten til livslang læring og oplysning også for de mindre privilegerede.



Folkeoplysningen er traditionelt magtens kritiske ven og ligegyldighedens og dovenskabens fjende. Men... Har selvtilstrækkeligheden taget over? Hvad skete der med den kulturelle, økonomiske eller sociale idealisme og indignation, der oprindeligt var med til at skabe og styrke folkeoplysningen?



Spørgsmål til debat:

Hvilke *nøgleord* brænder igennem?

Hvad *provokerer* – hvorfor og på hvilken måde?

Giv et bud på et nyt *kælenavn* til folkeoplysningen

ⁱ Tænketanken har følgende medlemmer:

Søren Eigaard, (Formand), Folkeuniversitetet og DFS' bestyrelse
Bernhard Trier Frederiksen, NETOP og DFS' bestyrelse
Knud-Erik Therkelsen, Grænseforeningen
Troels Borring, Efterskoleforeningen
Ole Kamp, Rønde Højskole
Bjørn Salling, Daghøjskolerne/NETOP
Michel Sten Hansen, Biblioteksforeningen
Kristian Hald Jensen, DATS
Lone Chodavarapu, tidligere forkvinde i Aktive Kvinder i Danmark
Lene Andersen, forfatter og foredragsholder
Anne Marie Holm, Styrelsen for International Uddannelse (CIRIUS)

ⁱⁱ Problemstillingerne har været fordelt over følgende temaer (fra kommissoriet for Tænketanken):

- Samfundsudviklingen, sammenhængskraften og forandringer i medborgerskabet
- Folkeoplysningens fremtidige rolle i samfundet og befolkningens bevidsthed og liv
- Kommunikation, metode og pædagogik
- Organisering
- Aktiviteter og målgrupper

ⁱⁱⁱ En tese er en grundlæggende påstand, som danner udgangspunkt for en drøftelse