



Mot 2025

Visjon

UKM Media skal være Norges viktigste kilde til kunnskap om ungdomskultur

Ønsket posisjon

Med en regionalt forankret redaksjon er UKM Media en nyskapende kulturformidler ungdom oppsøker og følger med på for få nye kulturelle impulser og dele sine kulturopplevelser.

Mål

Medvirkning

- Regionene er sammen den fremste innholdsprodusenten
- Regionene, ikke en nasjonal redaksjon, setter innholds-agendaen
- Innholdet er produsert av og for ungdom

Utvikling

- UKM Media er et fellesskap for mediefaglig utvikling
- Alle som bidrar regelmessig opplever læring og personlig utvikling
- Regionene driver erfaringsutveksling og opplæring med hverandre
- UKM-arrangementene er et sted for læring, utvikling og nye kulturmøter

Samarbeid

- Store aktører for ungdomskultur og kulturformidling velger UKM Media som samarbeidspartner
- Medieforbilder bidrar på eget initiativ til å gjøre UKM Media bedre

Bakgrunn

Siden 2001 har UKM drevet redaksjonsarbeid av og for ungdom. Fra starten har UKM Media (tidl. nettredaksjon) eksistert på nasjonalt, regionalt og lokalt plan, og flere tusen ungdommer har bidratt i arbeidet med å dekke mer enn 400 arrangementer i regi av UKM. Ungdommene viser stort engasjement for kulturformidling og kulturutveksling.

Fra starten har UKM Media dekket UKM-arrangementer. Typisk bygges det opp en arrangementsredaksjon på 5-10 personer som produserer foto, tekst og video for publisering og deling på nett, og i tradisjonelle medier. Dette har gitt stor kunnskap om hvordan dekke arrangementer og engasjere ungdom til produksjon og konsum av innholdet. Kunnskapen viser seg å være lett overførbart til andre arrangementer og generell innholdsproduksjon.

UKM Media drifter forsiden på UKM.no i tillegg til 19 fylkessider og sosiale medier. I et prøveprosjekt (2008-2009) drev UKM et eksternt nettsted for ungdomskultur. Erfaringene ble lagt til grunn når fokuset på UKM.no i 2015 ble utvidet til å omhandle ungdomskultur og ikke bare arrangementsdekningen. I 2011 ble UKM-TV etablert og synliggjør det som fremføres og filmes på arrangementene.

Veiledere har siden 2010 bevisst blitt rekruttert fra eget nettverk. Nyutdannede unge voksne forstår kommunikasjon med deltakere og målgruppen, kjenner kjerneverdier fra tidligere deltakelse, og bidrar til å skape et motiverende og kompetent team. At lederne er nært deltakeralder er ofte til stor inspirasjon for deltakerne.

Med ansvar for intern- og eksternekommunikasjon på den nasjonale UKM-festivalen bygger UKM Media hvert år opp et medieteam bestående av ca 80 ungdommer fra hele landet. Redaksjonen produserer foto, videoreportasjer, tekster, nyhetsbrev, gjør flerkamera-produksjon med mer. Innholdet publiseres i hovedsak på nett, og mye distribueres via lokal- og regional presse til flere hundre tusener i hele Norge.

UKM Medias utstyrspark brukes av nettverket for å bygge opp lokal kunnskap om innholdsproduksjon. Selv om mange ungdommer disponerer godt utstyr, bidrar utstyrsparken til å skape et motiverende fagmiljø hvor ungdommene får prøvd seg og vist hva de kan. Blant utstyret er fotokamera, portable studio, foto-og videoredigeringsmaskiner og utstyr for videoproduksjon – alt fra portable mikrooppsett via videojournalistikk-pakker til fulle produksjonspakker for flerkamera.

UKM Media vektlegger at arbeidet skal være motivert av interesse og ikke plikt.

Mulighet og behov

Dagens mediebilde er sterkt konkurranseutsatt. Sensasjonsjaget er stort, og mange ungdommer når ikke frem med det de virkelig bryr seg om. Personlige blogger og profil-sider har blomstret kraftig de siste 10 årene - en tydelig indikator på at mange har mye på hjertet.

Egenpromotering er hovedsakelig mulig gjennom blogger og sosiale medier*. Samtidig som de er en mulighet for å dele ytringer, er innholdet ofte lite nyansert, og en oppriktig mediefornidler som setter ærlig innhold først, er sårt tiltrengt. Når innhold presenteres av interaksjonsalgoritmer (systemer som gir deg mer av det du allerede konsumerer) hindres ungdommene fra eksponering for nye inntrykk, og opplever kun en forsterkning av allerede eksisterende inntrykk.

Kulturopplevelser handler ofte om følelser og engasjement. Kun de ressurssterke som evner å tilpasse sin ytring til sensasjons-kriteriene slipper gjennom mediens nåløy, mens øvrige stemmer faller utenfor. Vi bør verdsette ungdommens meninger mer enn at de avspises med sinte leserinnlegg som en desperat siste utvei.

Ungdommens digitale hverdag gir forventninger til samfunn og individ som ikke nødvendigvis passer i den lokale tilstedeværelsen. En synliggjøring av ungdommens interesser nasjonalt kan bidra til å skape flere møteplasser i det lokale samfunnet. Gjennom UKM Media ønsker vi å koble personer med felles interesser, som senere kan resultere i fysiske møteplasser.

Fellesskap og fysiske møteplasser er viktig.

*) Med sosiale medier er det viktig å tenke bredt, som Snapchat for øyeblikksformidling, Instagram for skrytebilder, 500px for fotoentusiaster og ikke bare Facebook som i stadig større grad blir en markedsføringskanal hvor alle drukner i hverandres rop.

UKM Norges motivasjon

UKM skal stimulere ungdommens kulturelle aktivitet, lokalt, regionalt og nasjonalt, og velger å gjøre dette med fokus på de fire grunnsteinene: mangfold, medvirkning, nyskaping og kvalitet. 31 år etter oppstart er UKM fortsatt godt likt av målgruppen.

UKM Media skal tilføre UKM-nettverket (og andre) ny kunnskap om ungdomskulturen. Kunnskapen ønsker UKM å benytte til kontinuerlig videreutvikling av konseptet, for å best mulig oppfylle sitt mandat.

Ved å eksponere ungdom for muligheter, opplevelser og erfaringer kulturen bringer med seg, antas det at UKM-deltakelse anses som mer relevant og interessant, og at den totale deltakelsen øker. Uavhengig av endring i deltakelsestall kan UKM Media anses som en suksess ved å tilby innhold som synliggjør og stimulerer ungdommens kulturelle aktivitet.

Av historiske og rekrutteringsmessige hensyn har dokumentasjon alltid vært en viktig del av UKM Norges driftsoppgaver. Det er forventet at UKM Media også i fremtiden finner det relevant å dokumentere UKM-aktiviteten, gjerne med en bredere dekning, og større grad enn i dag.

UKM Media skal fortsatt eksistere som deltakergren og lokalt lavterskeltilbud. Her får medieinteressert ungdom muligheten til å lære og utfolde seg i trygge rammer der de bor. Muligheten til å gå videre skal inspirere og motivere deltakere, og UKM-festivalen skal fortsatt være et samlingssted for de mest interesserte. Veiledet av unge voksne inviteres de til nyskaping, læring og produksjon av innhold som deles via UKM sine nettsted, sosiale og tradisjonelle medier.

Med offentlig finansiering, gode samarbeidspartnere og den tette koblingen til UKM Norges samfunnsansvar, kan UKM Media bli en seriøs ikke-kommersiell medieaktør. Ved å ta opp de kulturopplevelser og –inntrykk ungdom ønsker å dele trenger eierskapet ikke å stå i veien for den redaksjonelle integriteten.

Forutsetninger og rammer

UKM Media skal jobbe med media og markedsføring. Innholdet skal være fra hele Norge og speile bredden i norsk ungdomskultur, samt vise nye trender.

UKM Media skal oppdatere UKM Norges digitale plattformer.

UKM Media skal gjennom alt arbeid jobbe i tråd med UKM Norges grunnverdier; nyskaping, medvirkning, mangfold og kvalitet.

Festivalredaksjonen skal brukes som en rekrutteringsarena for deltakere og ledere til det helårige arbeidet.

Plattform

Tolkningen av begrepet ungdomskultur må i størst mulig grad defineres av ungdommene selv, da innholdet skal synliggjøre og stimulere deres kultur og kulturopplevelse.

UKM Media kan tenkes å vokse i mange retninger, men det er viktig at innholdet avgrenses til kulturfeltet, og er politisk og religiøst uavhengig. Dette betyr ikke at politikk og religion ikke skal tas opp, men at innholdet i sin helhet skal ikke styres av politisk eller religiøs motivasjon og ytringer balanseres.

Den tekniske plattformen består ved oppstart av UKM.no (herunder også UKM-TV) og Facebook som hovedkanaler, med noe publisering på Instagram og Snapchat. Bransjen, plattformene og utstyr preges av at målgruppen snur seg fort, ofte med store endringer. UKM Media må være i forkant på hvordan målgruppen benytter media og plattformer for å endre seg i takt og forbli aktuell. Derfor er det bevisst ikke beskrevet hvordan plattformen skal se ut videre.

Organisasjon

5 regionale redaksjoner setter agenda og driver UKM Media fremover. Sammen med den nasjonale prosjektledelsen (etablert av UKM Norge) utgjør lederteamene fra hver region et overordnet koordineringsorgan.

Regionene er ansvarlige for innholdsproduksjonen. Lederteamene fra alle regionene vil sammen styre publisering. I tillegg til de regionale redaksjonene skal alle ungdommer oppfordres til å bidra. Den nasjonale prosjektledelsen skal fungere som et kompetansesenter med ansvar for oppfølging, opplæring og inspirasjon av lederteamene i regionene.

Gjennom utvekslinger, møter, (UKM-)arrangementer og interregionale samarbeid skal regionene drive egenopplæring, motivere hverandre, oppleve mestring og stadig nyte godt av nye kulturmøter.

Det skal være stor gjennomtrekk i organisasjonen, og det må lages gode rutiner på hvordan kunnskap forblir i organisasjonen når deltakere blir for gamle eller går videre til nye spennende oppdrag.

UKM Media skal bestå av engasjerte ungdommer som opplever mediefaget som inspirerende.

Erfaringer fra forprosjektet

Ærlig innhold engasjerer. Ungdommene søker å bli kjent med hverandre. Innhold fra UKM Media som er sensasjonelt vinklet blir ignorert.

Uten veiledning produserer ungdommene innholdet på en tillært måte som ikke virker naturlig for dem. De velger en form de har lært på skole og av tradisjonelle medier som de tror fenger, men som ikke når målgruppen, nemlig dem selv. Det første UKM Media lærer ungdommene er å formulere innholdet på en måte de selv ville foretrukket. Dette gir en enorm økning i produksjonsglede og resultat, og fører til økte lesertall.

"Det som skjer når vi møtes skjer ikke ellers. Går ikke an å late som en gang"

Det er viktig at det er mange fysiske møteplasser hvor ungdommene kan møtes. UKM-arrangementene oppleves i dag som et høydepunkt, og er for mange et sted for praktiske og konkrete erfaringer de ikke får annet sted. I tillegg til dette bør det være alt fra små lokale møteplasser, til de litt større regionale og nasjonale.

De gangene oppdrag har blitt gitt til enkeltpersoner som ikke har et fellesskap rundt seg, enten med UKM-ansatte eller lokale ungdommer i regionene, har prosjektene ofte tatt unødvendig lang tid. Å skape en fellesskapsfølelse vil bli et av suksesskriteriene.

Når ungdommene får prestere i virkelighetens premisser, ikke skolens ofte konstruerte virkelighet, opplever mange en større glede ved arbeidet de gjør.