

Kappingarsamleiki Føroya

Frágreiðing hjá Simon Anholt

2009



Uttanríkisráðið

<i>Inngangur</i>	3
<i>Mál fyri verkætlanina</i>	4
<i>Samleikastigið</i>	4
<i>Strategi-stigið</i>	6
<i>Grundleggjandi vitan um Føroyar</i>	10
Føroyar sum skandinavisk tjóð	13
<i>Um týðningin av “Consumer Touch Points”</i>	15
Ferðavinna: Føroya besta vápni í stríðnum fyri einum kappingarsamleika	15
Týðningurin av útbúgving	19
Útflutningsframi	19
<i>Val av marknað</i>	20
<i>Ein staðseting fyri Føroyar</i>	23
<i>Eitt sindur um umhvørvið</i>	25
<i>Karmar fyri íverksetan</i>	26
Føroysku andlitini	26
<i>MAGNETIN– At finna tey lokalu talentini</i>	27
<i>Hugskotsverkstaðurin - Framleiðsla av nýggjum hugskotum</i>	28
<i>STUÐULSEINDIN</i>	30
<i>Miðlaeindin</i>	30
Avbjóðingar og forðingar	31
<i>Samandráttur og niðurstøða</i>	33

Inngangur

Tað er ein royndur lutur, at ímyndin og umdømið hjá einum landi í okkara tíð hevur størri týdning enn nakrantíð fyrr. Altjóðagerðin, ið knýtir allan heimin tættari saman m.a. gjøgnum alnótina, gjøgnum betri og bíligari ferðasamband og gjøgnum búskaparliga og mentanarliga samvinnu og samansjóðing ger, at umdømið hjá eini tjóð við tíðini fær støðugt størri týdning.

Tá ið eitt land hevur eina antin káma ella beinleiðis neiliga vangamynd, tykjast allar ætlanir tess at taka tvífalt so langa tíð, sum tær eiga og koma tí eisini at kosta tvífalt so nógv. Lond við neiligum umdømi hava áhaldandi tørv á at greiða frá og bera í bøtuflaka fyri sær sjálvum, m.a. tá ið tað snýr seg um at draga at sær ferðafólk, íleggjarar, dugnaligar tilflytarar og ikki minst, tá ið tað ræður um at útflyta vørur, tænastr, hugskot og mentan. Neiligt umdømi ger tað trupult at vinna virðing frá stjórnnum og fjølmiðlum í øðrum londum, og sum heild eru fólk sera ivingarsom móttvegis londum við neiligum umdømi.

Harafturímóti tykist alt at vera lættari og minni kostnaðarmikið hjá londum, ið hava eina sterka og jaliga tjóðarímynd. Tá standa allar dyr opnar, og almenningurin fær beinanvegin eina jaliga fatan av góðskuni og týdninginum av øllum tí, sum landið umboðar, stendur fyri, framleiðir og selir.

Tað er ein avbjóðing at vilja skapa sær eitt gott umdømi, tí tjóðarumdømið má vera satt og ikki bara eftirgjørt. Harafturat gongur sera long tíð frá tí, at eitt land ger fyrimyndarligar gerðir, til umdømið hjá landinum verður betrað. Vanligt er, at kjølfestar ímyndir halda fram í huganum á fólki ártíggju eftir, at veruleikin er broyttur. Í flestum londum vita fólk ofta lítið og hugsa ikki tað stóra um onnur lond, tí tað hevur ikki teirra áhuga.

Niðurstøðan í mínari gransking er, at vanlig fólk í flestu londum eru í mesta lagi tilvitað um eini 30 lond. Undantikin hesi niðurstøðu eru tó diplomatar, tíðindafólk, ferðaskrivstovur, íleggjarar, akademikarar, granskarar og onnur, hvørs arbeiði er tengt at vitan um umheimin. Vitanin hjá vanligu fólkinum um heimsins lond fevnir um teirra egna land, og um eini 14 til 15 onnur lond, sum tey á ein ella annan hátt kenna, virða ella hámeta. Oftast eru tað grannalondini og harafturat eini 10-15 onnur lond, sum tey hava hoyrt um, tí tey hava verið umrødd í miðlunum, ofta av keðiligum orsøkum, sum t.d. í sambandi við kríggj, sjúkur, vánaliga stjórn ella náttúru- og mannaelvdar vanlukkur.

Fyri flestu fólk kundu tey eftirverandi 160 londini als ikki verið til. Møguliga kenna tey nøvnini á 50-60 av hesum londunum, og alt eftir útbúgvingarstøði kunnu tey hava eina grundvitan um hesi londini. Annars verður í vanligu gerandisdegnum heilt einfalt ikki hugsað um nógv lond í senn.

Tað er eyðsæð, at eitt land, sum Føroyar, við fáum íbúgvum, lítlum búskapi, lítlum landaøki, og við sera avmarkaðari politiskari, hernaðarligari, mentanarligari og diplomatiskari ávirkan, telist millum eitt av teimum 160 londunum, sum meginparturin av heimsins fólki als ikki hugsar um. Tað er sera framsøkið hjá einum so lítlum landi at vilja koma á listan yvir tey 30 londini, sum hava týdning hjá fólki. Tí er tað týdningarmikið, at henda verkætlanin frá byrjan hevur heilt greiðar, veruleikakendar og sakligar arbeiðskarmar.

Mál fyri verkætlanina

Tíðliga í kjakinum í arbeiðsbólkunum eyðmerktu vit seks úrslit, sum skuldu geva Føroyum eina sterkari ímynd:

- a. Økja um upprunalandsvirknaðin fyri at virðisøkja føroyskan útflutning og tænastr, sum umframt fiskavørur eisini skal fevna um vitanarbúskap og nýggjar vinnur.
- b. Draga at sær fremmandar íleggjarar.
- c. Draga at sær frítíðar- og arbeiðsvitjandi.
- d. Betra um ímyndina av Føroyum millum føroyingar, sum í síðsta enda skal føra til minni fráflyting, og at fleiri føroyingar flyta heimaftur.
- e. Draga at sær gestalesandi og íverksetarar.
- f. Styrkja fatanina av Føroyum í uttanríkispolitikki, sum til síðst skal lætta um føroysku uttanríkispolitisku málina sum limaskapur í EFTA og Norðurlandska ráðharraráðnum.

Omanfyristandandi listi er rættiliga víðfevndur, men vísir á flestu fyrimunir, sum ein sterkari tjóðarímynd ber við sær. Tað kann tykjast sera framsøkið, men veruleikin er, at ein sterkari tjóðarímynd, við tíðini, verður til eina so mikið kompakta ímynd, sum fer at gagna tjóðini í flest øllum tí, sum hon ynskir og ger. Hvussu væl verkætlanin eydnast veldst um, hvussu nógvum fólki og londum verkætlanin vil røkka og ávirka, og nøgdina av orku og tilfeingi, sum landið kann og er sinnað at lata verkætlanini og ikki at gloyma, hvussu leingi ein stjórn er sinnað at biða eftir sjónligum betringum.

Samleikastigið

Verkætlanin um at skapa ein kappingarsamleika er í trimum stigum: eitt samleikastig (hvørji eru vit?), eitt strategistig (hvagar fara vit?) og eitt ráðleggingarstig (hvussu náa vit har til?).

Niðurstøðan í samleikastignum var, at føroyski samleikin er samansettur av 18 eyðkennum. Hesi eru:

1. Siga frá søgum (ein kærleiki til at siga søgur og evnini til tess).
2. Siðvenja (ikki tyngd niður av søguni, men styrkt av fortíðini).
3. Tíð (gávan við seinleika).
4. Virðing (fyri náttúruni, fólkinum, samfelagnum, integriteti o.s.fr.).
5. Javnaður (skilt sosialt og mentanarligt, ikki partapolitiskt).
6. Tætt at náttúruni (veruliga, ikki bara á ein kenslusaman hátt).
7. Lítillátin.
8. Mentan (samantvinnað við gerandisdegnum á ein heilt náttúrligan hátt).
9. Ikki havisjúk.
10. Røtur (vita hvaðani vit koma).
11. Sambundin við umheimin (í minsta lagið er móguleikin til staðar – landafrøðiliga langt burtur, men intellektuelt í minsta lagi eins væl fyri sum onnur).
12. Vísdomur.
13. Samfelag (kensla av at vera partur av sama samfelag).
14. Sjálvberandi og sjálvstøðug.

15. Friður.
16. Forkunnug (ein føroyingur er ein óvanlig, eksotisk vera).
17. Á markinum millum modernað samfelag og villa náttúru.
18. Sterk individualisma.

Greitt er, at tað verður trupult at arbeiða við einum so langum lista av samleikaeyðkennum. Áðrenn listin kann nýtast til at menna eina kappingarsamleikastrategi, má hann minkast til ein einfaldari frymil. Eftir mínum tykki avmynda øll hesi eyðkenni ymiskar síður av einari og somu dygd við tí føroyska samleikanum: Eitt samfelag bygt á virðing.

Virðing er ein dygd, sum nógv halda avgjørt vantar í heiminum í dag: Á ein hátt er virðing tað øvugta av sjálvsøkni – sum mangan verður nevnt sum rótin til núverandi búskaparligu kreppuna, veðurlagsbroytingunum og øðrum nútíðar bágum. Virðing er somuleiðis tað øvugta av vanvirðing, sum er kjarnin í snævurskygni og rasismu og vantandi 'socialum kapitali' í nýmótans samfeløgum. Virðing er grundarsteinurin í flest allari átrúnaðarligari og humanistiskari heimspeki: Hugsanin um, at ein ikki skal seta seg sjálvan hægri enn onnur og vera fólkaligur, tignarligur og eyðmjúkur móttvegis øðrum fólkum og bólkum.

Hesi 18 samleikaeyðkennini kunnu bólkast í fyra sløg av virðing: **Virðing fyri fortíðini, virðing fyri landinum, virðing fyri øðrum** og **virðing fyri sær sjálvum**. Bólkingin sær soleiðis út:

Virðing fyri fortíðini

Siga frá søgum (ein kærleiki til at siga frá søgum og evnini til tess).

Siðvenja (ikki tyngd niður av søguni, men styrkt av fortíðini).

Mentan (samantvinnað við gerandisdegnum á ein heilt náttúrligan hátt).

Røtur (vita hvaðani vit koma).

Virðing fyri landinum

Tíð (gávan við seinleika).

Tætt at náttúruni (á ein ikki kenslusaman hátt).

Virðing (fyri náttúruni, fólknum, samfelagnum, integriteti o.s.fr.)

Á markinum millum modernað samfelag og villa náttúru.

Virðing fyri øðrum

Lítillátin.

Ikki havisjúk.

Sambundin við umheimin (í minsta lagið er møguleikin til staðar – geografiskt langt burtur, men intellektuelt væl fyri sum onnur).

Javnaður (ikki politiskt, men sosialt og mentanarligt).

Samfelag.

Virðing fyri sær sjálvum

Sterk individualisma.

Vísdómur.

Friður.

Sjálvberandi og sjálvstøðug.

Forkunnug (ein froyingur er ein óvanlig eksotisk vera).

Eg meti, at lýsingin av **einum samfelagi bygt á virðing**, er grundarsteinurin í froyyska samfelagnum og froyyska kappingarsamleikanum. Seinni í frágreiðingini vísi eg á, at tað bæði er møguligt og viðkomandi at flyta Froyar burtur úr “160 ókendum londum” til eina støðu – har í minsta lagi nakrir av høvuðsmálbólkunum í komandi árum fara at vita um Froyar.

Hvør tú ert avger, hvat tú gerst, og hvussu tú gerst tað; hvat tú gerst, og hvussu tú gerst tað avger, hvussu tú verður fataður av øðrum.

Strategi-stigið

Tá ið vit nú eru samd um ein stuttan og greiðan arbeiðsfrymil fyri froyyska samleikan, (hesin arbeiðsfrymil er hvørki trupul, torskildur, endaligur ella vísendaligur: Hann er meira ein einføld orðing, sum er so mikið sterk, at ein strategi kann gerast) kunnu vit svara fyrsta spurninginum: *Hvørji eru vit?* við eitt sindur av sannføring. Vit kunnu nú venda okkara tankum til tann næsta spurningin: *Hvagar fara vit?*

Tað er vert at undirstrika, at á hesum støðinum í KS (Kappingarsamleika) strategiini, tosa vit tilvitað í breiðum orðingum um at gera rammur rundan um ta framtíðar leiðina, vit ætla at fara. Sostatt er einki “innihald” og ongar nágreiniligar upplýsingar í strategiini á hesum støðinum: Vit miða eftir at seta eina breiða kós, sum kennist røtt og hóskar bæði til “vørna” (froyyska fólkid og teirra førleikar, tilfeingið,

eginleikar og ynskir) eins væl og hon hóskar til “brúkaran” (sum er tað, sum leitað verður eftir). Nágreinilig ætlan og innihald verður lýst nærri í Íverksetingarstignum.

Sum eg nevndi áður, er málið við KS verkætlanini, at Føroyar verða fluttar úr teimum 160 ókendu londunum og til tey 30 kendu londini, í hvussu er hjá einum ávísnum bólki av fólki í einum avmarkaðum tali av londum.

Tá ið vit átaka okkum hesa avbjóðing, er vert at spyrja, hví Føroyar ikki longu eru partur av høvuðsrákinum í øðrum kendum londum, tá Føroyar hava fleiri og betri eginleikar enn fleiri av teimum londunum, sum hava fingið ein nógv sterkari altjóða profil enn Føroyar. Eg meti, at um vit megna at broyta nakrar av fyrirteytunum, er møguligt hjá Føroyum at fáa ta viðurkenning, tær hava uppiborið.

Eg haldi upp á, at tað eru seks høvuðsorsøkir til, at Føroyar framhaldandi eru ókendar:

1. Tær hava lítlan týdning

Í mun til onnur kend lond, hava Føroyar sera lítið av tí, sum marknaðarfólk kalla: “consumer touch-points”: Fólk í øðrum londum fáa heilt einfalt ikki møguleikan at hava áhuga í Føroyum, føroyskum vørum, føroyskari mentan og fólkinum í Føroyum.

Orsøkirnar eru í høvuðsheitum sjálvsagdar: Tí tað føroyska fólkatálið, landaøkið og búskapur eru lítil, tí Føroyar geografiskt eru avbyrgdar, tí Føroyar hava ikki ognir ella áhugamál uttanlands og hava altíð verið undirlagdar størri tjóðum, og tí føroyskur handil og útflutningur hava fyri ein stóran part verið ósjónlig fyri endabrukaran.

Føroyar trína ikki fram í nógvum søgubókum, tí teirra leiklutur í søgunnar gongd hevur mestsum bara havt týdning í nærøkinum. Søguligu hendingarnar í Føroyum hvørva í stóru søgugongdini, sum hendir aðrastaðni. Hóast mentanarliga framleiðslu av høgari góðsku, eru Føroyar mestsum ósjónligar í umheimsins søguskiving.

2. Tað eru fáir kendir føroyingar

Eitt annað er, at tað eru fáir føroyingar, ið hava rokkið altjóða umdømi, og hetta tí, at smá samfeløg framleiða lutfalsliga fáar persónar, ið skara framúr. Føroyar eru eitt land, sum fullkomiliga manglar vælumtóktar ambassadørar.

Tað er ein kend orðing innan fjølmiðlaheimin, at “fjølmiðlum dámar eina menniskjaliga áhugaverda søgu”, og hetta er einfalt ein endurspegling av tí, sum almenningurin dámar. Fólk hava størstan áhuga fyri øðrum fólki, og eitt av teimum størstu mistøkunum, sum lond oftani gera, tá ið tey royna at uppbyggja eina ímynd, er, at tey áhaldandi vísa umheiminum “deyð” stórverk: Verkætlanir, bygningar, søguligar hendingar, fyrirtøkur, vørur, tænastrur, brøgd, hagtøl, landsløg, politikk – alt uttan tað, sum fólk av sonnum dáma at hoyra um: nevniliga onnur fólk.

3. Føroyar eru bæði bannaðar og vælsignaðar við sínum lítillætni

Tann fólkalívsfrøðiliga samansetingin av føroyingum – teirra lítillætni, teirra tøgn, og tann veruleiki, at teirra búskapur hefur verið sera neyvt tengdur at einari høvuðsframleiðslu og nýliga er byrjaður at fara yvir til sekundera og tertiera framleiðslu – hefur havt við sær, at umdømið Føroya og føroyski mentaliteturin ikki rættiliga hava fylgt við búskaparligu og sosialu menningini í landinum.

Eingin kann gera tað stóra fyri at broyta tey føroysku eyðkennini upp á stutta tíð (og eg vil avgjørt halda upp á, at vit heldur ikki skulu royna); men tjóðareyðkenni eru ikki fastfrystar myndir av einari tjóð. Tey eru sosialt og mentanarliga skapt av menniskjum og broytast tí yvir tíð, og tað vil altíð vera undantøk og fólk, sum vilja flyta mørk og ynskja at broyta hesi eyðkenni. Tað er ímillum hesi broytingarsinnaðu og framsøknu, at vit fara at finna framtíðar fyrimyndir og framtíðar umboðsfólkini fyri Føroyar.

Í veruleikanum kundi tað hent, at føroyska mentanin tekur eina kós, sum er til frama fyri hesa søk: Tað sær út til at vera fleiri ungar føroyingar á hesi kósini í dag enn tað vóru í farandi ættarliðum – ung fólk, ið ynskja at seta sína egna kós. Nógv kann eisini gerast innan langtíðar útbúgvingarpolitikkin, sum fyrireikar føroyingin betri til tann larmandi og kappingarsinnaða heimin, vit nú liva í. Tað krevur tó, at vit megna at stýra beina kós gjøgnum meldurin av sosialum og mentanarligum struktutum og vandamiklari nationalismu, og halda fast um týðningarmiklu virðingina, sum ger føroyingar til tað, teir eru.

4. Føroyar eru eitt illa lýst land í einum sera væl lýstum øki

Sum ein lítill leikari í einum øki við einum sterkum mentanarligum og geografiskum samleika, hava hinar sterkaru og meira framstandandi skandinavisku¹ tjóðirnar hug at skugga fyri Føroyum – sjálvt um hetta avgjørt ikki er ein vansi, sum eg skal greiða frá seinni, tá ið vit skulu geva Føroyum eina sterkari ímynd, heldur øvugt: Tað er lykilin til føroyska kappingarsamleikan.

5. Føroyar hava ongantíð gjørt nakað við tað

Sum hjá londum flest, ið ongantíð hava tikið málið um tjóðarímynd upp á ein skipaðan hátt, verður tað í stóran mun tørvur á samstarvi millum tað almenna og privata, um hvussu ráðlegging, brúk av peningi, innovasjón, marknaðarføring og samskipti skal gerast.

Tað sær ikki út til at vera nøkur týðilig tjóðskaparlig semja um “misjónina”, “visjónina” og “stílin” hjá Føroyum: Um ein slík semja kortini finst er hon ein óskrivað lóg.

¹ Við atli at endamálinum við hesi frágreiðing, skilji eg tilvitað ikki ímillum *norðurlensk* og *skandinavisk* lond. Tá ið tað ræður um fatanina hjá almenninginum (og tann almenna meiningin er tað, sum vit í hesum høpi fyrst og fremst mugu hugsa um), eru Svøríki, Danmark, Noreg, Finland, Ísland og – møguliga – Føroyar, øll skandinavisk lond. [Uttanfyrri Norðurlond eru hugtøkini ‘Scandinavia’ og ‘Scandinavian’ væl kend, meðan hugtakið ‘Nordic’ er mestsum ókent /ritstj.]

Bygnaðarlíga hefur føroyska samfelagið ikki nógvar móguleikar at samantvinna almennu og privatu geirarnar, og – so vítt eg veit – er eingin, sum hefur ta einu ábyrgdina av at tjóðarstýra umdømi Føroya.

Føroyar hava náttúrliga ein sterkan samleika og sterka tjóðarfatan. Tað eru tí færri sjónligar ósemjur millum almennu og privatu geirarnar, enn tað eru í størri londum við ymiskum áhugamálum og mentanum. Føroyar høvdu tó kunnað skapt sær eitt sterkari og sjónligari umdømi við at havt tættari og betri skipað samstarv millum uttanríkispolitikk, innanríkispolitikk, mentan, list, ítrótt, privata geiran og serliga innan útflutning, útbúgving, ferðavinnu, íløguframa, fíggjngargeiran, orku og miðlarnar.

6. Føroyar eru keðiligar

Føroyar eru eitt trygt, friðarligt, vælhavandi og vælskipað samfelag, sum ikki hefur gjørt nakað, sum hefur verið so óvanligt, at tær antin eru hávirdar ella vanvirdar (undantikið, tá altjóða samfelagið og útlendskir miðlar av og á fordøma grindadrápi). Føroyar hava ikki á nakran hátt gjørt seg viðkomandi fyri fólk í øðrum londum; tað er heilt einfalt eingin orsök til, at fólk í øðrum londum skulu tíma at hugsa um Føroyar.

Føroyar líða ikki undir nøkrum av teimum veikleikum ella trupulleikum, sum kunnu draga at sær altjóða áhuga og samhuga. Tær blanda seg ikki uppí, hvat onnur lond gera. Tær eru ein so góður viðleikari, at tær eru næstan ósjónligar í altjóða umhvørvinum. Har, sum Føroyar hava víst leiðaraskap hefur tað ongantíð havt somikið stóran týdning, at tað beinleiðis ávirkar lívið hjá vanliga fólkinum í øðrum londum. Tað er tí týdningarmikið, at vit nýta alment diplomati, sum amboð fyri at náa hesum fólki.

Tað er ikki nógv vit kunnu gera við tað fyrsta punktið: at Føroyar hava lítlan týdning. Ein lítill og veikur statur við fáum “consumer touch points” hefur lítla ávirkan á umheimin. Vit kunnu tó heilt víst geva Føroyum betri og virknari amboð, sum tryggja gagnnýtslu av verandi “touch points” til fulnar.

Næsta punktið: Fáir kendir føroyingar - kunnu vit gera nakað við. Nýggju amboðini eiga at vera sniðgivin á ein slíkan hátt, at tey tryggja, at Føroyar elur, marknaðarefðir og stuðlar bæði formligum og óformligum umboðum av øllum slag.

Triðja punktið - Ikki er vist, at vit kunnu gera nakað við føroyska lítillættni. Eydast okkara verkætlan, verður hetta nakað, sum fer at loysa seg sjálvstgjøgnum jaligar afturmeldingar.

Fjórdi punktið – Vísir til støðuna hjá Føroyum millum hini skandinavisku londini. Hetta er eitt strategiskt mál, sum hongur saman við, hvussu Føroyar marknaðarføra seg og um grundleggjandi vitan um Føroyar. Hetta er ein sera týðandi partur í strategiini um kappingarsamleikan, og verður lýst nærri seinni í frágreiðingini.

Fimta punktið – um tørvin á góðum skipanum og bygnaði, sum skulu betra samskipanina. Síðst í frágreiðingini komi eg inn á saknin í eini heildar tjóðarætlan fyri umdømi hjá Føroyum og tørvin á góðum skipanum og bygnaði, sum skulu tryggja betri samskipan millum almennu og privatu geirarnar.

Av teimum seks omanfyrenevndu orsökunum til, at Føroyar ikki eru kendar, er hetta tann orsøkin, sum vit hava bestan móguleika at betra um.

Sætta punktið – um at Føroyar eru keðiligar. Skulu vit megna at gera “vøruna” Føroyar grundleggjandi viðkomandi fyri fólki í øðrum londum, er tað fult og heilt tengt at, hvussu nógv dirvi og hugflog føroyingar og landsstýrið kunnu savna saman og halda fast um komandi árin. Vit kunnu avgjørt vísa teimum tey neyðugu stigini at taka, og vit hava eitt gott grundarlag fyri at gera hetta. Um hetta verður framt ella ikki, hava vit, sum ein bólkur, allar helst ikki valdið á.

At vera viðkomandi fyri brúkaran er sjálvsagt grundarsteinurin í hesum arbeiði. Heldur enn at spyrja okkum sjálvi “hvat kunnu vit siga fyri at gera Føroyar kendar?”, eiga vit at spyrja “hvat kunnu vit gera fyri at gera Føroyar viðkomandi?”.

Grundleggjandi vitan um Føroyar

Tann fyrsti trupulleikin, vit mugu ásanna, er tann líttla grundleggjandi vitanin um Føroyar.

Í 2007 gjørði eg eina altjóða kanning fyri landsstýrið, sum vísti, at vitanin um Føroyar er sum heild sera lítil, sjálvt millum tey væl útbúnu og væl upplýstu, sum oftani vóru á internetinum, og sum vóru partur av kanningini.

Sum væntað, var vitanin um Føroyar munandi hægri hjá fólkinum í grannalondunum. Tað kom tó óvart á, hvussu lítið norðmenn og svenskarar vistu um Føroyar (tíverri eru danir ikki við í kanningini).

Talva 1.

Hevur tú hoyrt um Føroyar?	Ja %	Nei %	Veit ikki %
Írland	90	8	2
Noreg	85	11	4
Svøríki	80	15	5
Sveits	80	13	7
Frakland	77	19	4
Stóra Bretland	75	23	2
Týskland	67	26	7
Spania	66	29	5
Russland	40	43	17
Japan	32	52	16
USA	21	76	3

Kelda: Anholt-GMI Nation Brand Index, 2007

Talva 2 vísir, hvar samlaða talið av heimildarfólkum hildu, at Føroyar lógu. Í talvu 3 eru heimildarfólkini bólkað í lond, og talvan vísir tey, sum rætt valdu Atlantshavið, og tey, sum ikki vistu, hvar Føroyar lógu.

Talið á heimildarfólkum, sum valdu Atlantshavið, er munandi lægri enn talið á teimum, sum svaraðu, at tey høvdu hoyrt um Føroyar. Hetta bendir á, at vitanin um Føroyar er í besta føri lítil hjá meirilutanum av heimildarfólkunum. Sjálvt í Noregi valdu bert 55% av heimildarfólkunum rætt Atlantshavið. Í USA var talið 15%.

Talva 2.

Hvar eru Føroyar?	%
Ermasund	2
Írska Havið	4
Atlantshavið	36
Norðíshavið	7
Miðjarahavið	3
Kyrrahavið	5
Reyðahavið	1
Indiskahavið	3
Veit ikki	39

Kelda: Anholt-GMI Nation Brand Index, 2007

Talva 3.

Hvar eru Føroyar?	Atlantshavið %	Veit ikki %
Noreg	55	21
Svøríki	50	34
Írland	44	23
Sveits	44	28
Spania	40	42
Frakland	38	26
Týskland	34	35
Stórabretland	33	35
Russland	26	45
Japan	20	68
USA	15	71

Kelda: Anholt-GMI Nation Brand Index, 2007

Av tí, at grundleggjandi avbjóðingin í KS verkætlanini er, at ein grundleggjandi vitan um Føroyar manglar, so er skilagott at fokusera á tey londini, sum longu hava eina vitan um Føroyar. Tað krevur bæði tíð og orku at læra fólk um eitt land, sum tey einki vita um, meðan tað harafturímóti krevur minni tíð og orku at læra fólk um eitt land, sum tey longu hava í sínum hugaheimi, ella sum tey av eini ella aðrari orsök hava áhuga í. Av hesi orsök kundi Írland verið eitt gott boð upp á okkara "høvuðsmarknað". Vit venda aftur til høvuðsmarknaðir og málbólkar seinni í frágreiðingini.

Í hvussu er, tá ið tað snýr seg um flest onnur lond, so hava tey sera lítla vitan um Føroyar, og tí hava tær heldur einki pláss í teirri almennu ímyndini, har spjaddu kunningartræðirir um Føroyar kunnu leggjast afturat. Ikki fyrr enn tað er grundfest, *at Føroyar veruliga eru til*, fara fólk at knýta gerðir og land saman. Sum nú er, hanga gerðirnar/brøgdini í leysari luft og vera ikki knýtt saman við ímyndini av Føroyum. Av hesi orsök mugu vit tí, í øllum sum vit gera, arbeiða fyri at skapa eina grundleggjandi vitan um Føroyar. Í næst komandi árunum eiga vit at gera greitt, at Føroyar finnast, og tað at geva okkara høvuðsmálbólum eina grundleggjandi kunning um Føroyar má hava okkara hægstu raðfesting.

Eg mæli til fylgjandi átta lykklafakta, sum eru eitt minstamark fyri neyðugum kunnleika at lata okkara málbólum, sum grundarlag at byggja víðari á til uppbygging av eini meira framkomnari ímynd av Føroyum:

1. Navn (tað eitur Føroyar og á enskum the Faroe Islands).
2. Geografi (tað liggur millum Skotland og Ísland).
3. Tilknyti - hvar hoyrir tað til í heiminum (tað er eitt skandinaviskt land).
4. Búskapur (tað er múgvandi/vælhavandi).
5. Framkomið (tað hevur eitt framkomið undirstøðukervi).
6. Náttúruarvur (tað er vilt og vakurt).
7. Mentanarligur arvur (tað hevur eina gamla, serstaka og hugtakandi mentan).
8. Stødd (tað er pinkulítið og hevur fáar íbúgvar).

Verður ikki henda grundleggjandi kunningin send málbólkunum er óhugsandi at skapa eitt fjølbroytt og jaligt umdømi av landinum: Um ikki fólk hava eina mentalan “ryggsekk”, har tey kunnu koyra tað, tey læra um Føroyar í, so er ikki stórur møguleiki fyri, at nakað av tí, sum vit gera, fer at bera frukt.

Tó skal henda týðningarmikla uppgáva at skapa grundleggjandi vitan ikki fatast sum eitt atskilt “átak” ella ein innleiðandi uppgáva: Almenna meiningin hevur lítið tol og onga tráan eftir turrum fakta um ókend lond, og eg ivist í, um tað er møguligt at “geva frálæru” um Føroyar í øðrum londum. Vaksin fólk eru ikki eins lætt at hugtaka og fanga áhugan hjá, sum skúlabørn, og tey hava lyndi til at vera sera trek at taka ímóti kunning um geografi, politikk, búskap og mentan í fremmandum londum, (og at døma út frá dátú í mínari kanning, vóru tey longu rættiliga trek, tá ið tey vóru skúlabørn). Tað er neyðugt, at fólk fyrst fáa ein jaligan áhuga í landinum, áðrenn tey mentalt eru til reiðar at taka inn kunning um landið. Okkum tørvar at finna hættir, sum gera, at tey “ynskja” at læra um Føroyar.

Tá ið eg havi sagt hetta, kann ókeypiss og lokkandi tilfar um Føroyar, sum verður latið skúlunum í teimum londunum, sum eru okkara høvuðsmálbólkar, tryggja, at framtíðar kundar í komandi ættarliðum fara at vita eitt sindur meira um Føroyar enn núverandi íbúgvar.

Spurningurin um, hvussu vit fáa tey vaksnu at vilja læra um landið, verður viðgjørður í komandi pørtum. Tað týðningarmiklasta í hesi stuttu greining av vitanartómruminum um Føroyar, er, ongantíð at halda upp at geva/senda út grundleggjandi kunningartilfar um Føroyar, tá ið vit samskifta við ella eru í sambandi við fremmant fólk.

Grundleggjandi kunningin um Føroyar má endurtakast umaftur og umaftur til tað óendaliga, og hon skal vísast og prógvast í øllum, sum vit gera og siga í framtíðini.

Føroyar sum skandinavisk tjóð

Í samskiftinum hevði ein stuttur listi við 8 grundleggjandi fakta fingið sjálv tann mest professionella marknaðarráðgeva at sæð svart: Tað er nóg tungt at læra fólk **eitt** nýtt serkenni. Lukkutíð er serkenni nummar 3 (at Føroyar eru eitt skandinaviskt land) í nógvum førum “høvuðsserkenni av teimum átta.

Skandinavia er uttan iva eitt tað sterkasta og mest virða tjóðarbrandið í heiminum, og Føroyar kunnu fáa eitt tjóðarbrand sum forkunnugar skandinaviskar oyggjar. Tað er ein stór avbjóðing at læra fólk serkenni um eina tjóð. Omanfyrenevnda serkenni nummar 3 (at Føroya eru skandinavisk tjóð) skal vera yvirskipaða serkennið Føroya, sum hini omanfyrenevndu serkenni verða skipað undir. Skandinavia ímyndar hugtøk sum javnrættindi, modernitet, rættvísi, umhvørvistilvitan, álit, reinlyndi, dugnaskap, støðufesti, framkomni/hámenning [*sophistication*], gløggskygni og siðiligheit. Tá ið eitt land verður uppfatað sum skandinaviskt, verða hesi hugtøk beinleiðis tengd at landinum. Eydnast tað at menna eina ímynd av Føroyum sum skandinavisk tjóð, er lítil ivi um, at okkara málbólkar av sær sjálvum eisini fara at knýta Føroyar saman við serkennum nummar 2, 4 og 5.

Seta vit ikki Føroyar í samband við virðismikla skandinaviska brandið, verður uppgávan at menna eina altjóða ímynd av Føroyum nærur ómøgulig. Sum stóðan er í dag, eru Føroyar ókendar úti í heimi. Harafturímóti er vangamyndin av Skandinavia greið í hugaheiminum hjá øllum teimum málbólkum, sum vit kundu hugsað okkum at rokkið. Okkara uppgáva er tí at seta Føroyar í samband við hesa skandinavisku vangamynd.

Tá ið fólk fáa kunnleika til og uppliva Føroyar, skulu tey kenna seg líka ovfarin og spent, sum tá ið yngsta systurin, í fyrstu søguni um Narnia eftir C. S. Lewis, í tí stóra húsinum hjá gamla granskaranum, bráðliga finnur rúmið við klædnaskápinum og øllum tess loynidómum. Føroyar skulu avdúkast sum tað dulda kamarið í skandinaviska húsinum. Tað er av sonnum ein spennandi dreymur at finna útav, at viðurkenda skandinaviska húsið hevur eitt evarska lítið eyka kamar, ið rúmar Føroyum.

Okkara uppgáva er tí at fáa fólk at droyma henda dreymin og síðani prógva, at dreymurin er veruleiki.

Summi vilja vera við, at vit ikki taka okkara mentanarliga, geografiska og søguliga arv í álvara, um vit “branda” Føroyar sum “eitt annað skandinaviskt land”. Vit mugu tó byrja við stóði í onkrum, sum er einfalt, um vit vilja røkka málinum um eina ríka og sterka tjóðarímynd. Eyðkennið hjá vørumerkjum er, at tey eru greið og einføld. Boðskapurin um vørumerki má verða klokkuklárur, fyri yvirhøvur at treingja ígjøgnum líkasæluna og tað kaos, sum valdar, bæði á marknaðinum og í miðlunum. Í ártíggju hevur marknaðarføringin av einum vørumerki givið kundinum bert eittans “lyfti”.

Tó er øðrvísi við marknaðarføringini av londum. Eg havi leingi havt ta fatan, at fyri lond er tað júst øvugt, og tað er orsøkin til, at vanligar mannagongdir í sambandi við marknaðarføring ikki kunnu nýtast, tá tað snýr seg um tjóðarbranding. Royndir og vísindaligar kanningar benda á, at eyðkenni sum fjølbroytni og kompleksitetur eru sera virðismikil fyri eitt tjóðarbrand. Orsøkin er, at eitt tjóðarbrand skal fevna um tað vinnuliga, mentanarliga og politiska fjølbroytni, ið eyðkennir eina tjóð. Tað er trupult at ímynda sær, at ein tjóð kann geva bert eittans lyfti um seg sjálvan, sum er galdandi fyri allar geirar í samfelagnum.

Fólk uttan úr heimi: ferðafólk, íleggjarar, handilsfólk, útlenskir samstarvsfelagar, keyparar av útflutningsvørum og tænastrum, tilflytarar og luttakarar í mentanarligum samstarvi mugu kunna finna eitt lyfti, sum endurspeglar teirra uppliving og tilknýtið til Føroyar, óansað teirra egnu mentanarligu og vinnuligu áhugamála. Tað er púrasta burtur við at hugsa sær, at eitt einkult serkenni, skal kunna umboða alt tað, sum landið hevur at bjóða, og sum ymisku kundarnir hjá landinum tørva.

Tað tekur tíð at menna eina fatan av einum landi, sum er merkt av fjølbroytni, og sum samstundis er fullfíggað. Okkara málbólkur má hava viljan til at læra um landið. Læring fer ikki fram á passivan hátt við vanligari marknaðarførslu. Tann vitjandi, íleggjarin ella keyparin, má tíma at læra um landið fyri at fáa eina fullfíggaða fatan av staðnum.

Í eini roynd at loysa hesa tvístøðu ímillum tað einfalda og tað fjølbroytta, skeyt eg upp, at tjóðarbrandið skuldi verða ein viti, sum skuldi vísa vegin. Eitt brand kann lýsast, sum eitt tekin um virði og góðsku. Men, tú kanst ikki pakka alt inn í eitt einstakt slagorð. Vit mugu hava vísdóm til at skilja og tolið til at góðtaka, at hetta tekini ikki gevur meining í hugaheiminum hjá brúkarinum, fyrr enn ein tíð er farin. Føroyska ímyndin skal støðugt gerast meira meningsfull og fullfíggað.

Ókend lond, sum vilja hava eina altjóða vangamynd, byrja oftani við at markera seg á henda hátt: Tað er tann hvassasti parturin av teirra ímynd, sum ger tað møguligt at treingja ígjøgnum tilvitskuna hjá brúkarinum, og sum kann seta tey á listan yvir lond, sum brúkarin veit um. Hesi lond, sum hava nýtt eitt tilvitað einfaltgjørt vørulyfti til at grundfesta seg í hugaheiminum hjá brúkarinum, kunnu síðani stigvíst eykað um innihaldið í samskiftinum við málbólkin.

Ein tílík tilgongd eigur tó bert at verða brúkt í eitt avmarkað tíðarskeið, so at Føroyar treingja ígjøgnum til líkasæl ella óvitandi fólk. Eitt brand skal verða sum ein spjótsoðdur, ið treingir ígjøgnum avmarkaða áhugan, fólk hava fyri øðrum londum. Tá tað er hent, skal marknaðarførslan og sølvan leggja dent á at hava eitt veruligt samskipti við málbólkin. Øll marknaðarførsla skal eggja til samskipti við málbólkin, og einvegis samskipti má bítast um við ein dialog við málbólkin. Fortreytin fyri dialogi er, at tú fyrst birtir áhugan fyri hesum dialogi.

Føroyar hava ein fyrimum, og hann er, at tað ikki er neyðugt at byggja upp eitt brand burtur úr ongum. Skandinavia er longu eitt hugtak í hugaheiminum hjá fólkum kring knøttin. Føroyar skulu bara læra seg at brúka tað. Um tjóðarbranding byrjar við, at Føroyar eru ein “newly discovered Scandinavian nation”, er hetta eitt sterkt og jaligt útgangsstøði at byggja víðari á. Við tíðini kann hetta mennast framhaldandi til at fevna um eina ímynd, sum er meira serlig fyri Føroyar.

Um týðningin av “Consumer Touch Points”

Hvørki Føroyar ella nakað annað land kann tosa seg fram til eitt sterkt og jaligt umdømi úti í heimi. Ístaðin fyri at spyrja: “hvat kunnu vit gera, fyri at gera Føroyar kendar?”, er einasti hóskandi spurningur - í hesi verkætlanini - at spyrja: “hvat kunnu vit gera, fyri at gera Føroyar meira týðningarmiklar fyri onnur”?

Okkum tørvar at fokusera á tað, sum Føroyar hava at bjóða fólki í øðrum londum, fyri at vinna teirra virðing og helst eisini teirra beinleiðis bíleggingar. Einans tað, sum fyri brúkaran umboðar eitt virði og góðsku í heimsklassa, kann geva Føroyum eitt betri og týðningarmiklari umdømi; og hetta kann vera við til at lata upp samskiptismøguleikar, har veruligu virðini í landinum koma út til heimin rundan um okkum.

Tað er oftast ígjøgnum vinnuligt, mentanarligt, og politiskt samstarv, at lond knýta sambond: t.d. við sølu av vørum og tænaðum, ferðamálum, og møguleikum fyri íløgum ella við tilboðum um mentan, ítrótt, og undirvísing ella annað, sum tey kunnu njóta; ella við at knýta virðismikil politisk sambond, sum hava ávirkan á alt fólkið í landinum, t.d. sameining í krígstíð, hjálparskipanir o.s.fr.

Ferðavinna: Føroya besta vápni í stríðnum fyri einum kappingarsamleika

Næsta stigið í strategisku tilgongdini er at hyggja at tí tilfeingi, sum Føroyar hava at bjóða innan handil, mentan, politikk og útbúgving, og síðani at peika á tað tilfeingið, har vit longu nú kunnu - ella fara at kunna bjóða: “vørun” við góðsku í heimsklassa. Hvat gera føroyingar? hvat hava føroyingar? ella hvat framleiða føroyingar, sum veruliga kundi verið eitt upprunakent og lokkandi grundarlag undir einum munagóðum og veruligum samskipti í okkara viðurskiptum við fólk úr øðrum londum?

Eftir mínum tykki, er svarið eyðsæð fyri tann, sum vitjar Føroyar fyrstu ferð. Í teirri løtu ferðafólk lenda í Vágum, og til tey trína inn um dyrnar á hotellinum í Tórshavn – og leingi eftir hetta - gerast tey málleys, tí tey eru so bergtikin av stórslignu náttúruni í Føroyum. Føroyingar sjávir eru somikið vanir við hetta umhvørvið, at tað til tíðir er neyðugt hjá teimum at verða mintir á, at Føroyar - uttan iva - eru eitt av heimsins mest framúrskarandi og vakrastu plássum.

Við tí nátturu- og mentanarliga tilfeingi, sum Føroyar ráða yvir, hevur ferðavinna ongan álvarsaman kappingarneyta. Náttúran er gimsteinurin í føroysku krúnuni, og náttúran er eisini tann mest sölubara vøran og tað, sum kann verða útgangsstøði fyri umdømi og eini altjóða vangamynd av Føroyum.

Spurningurin um fíggjarliga virðið av ferðavinnuni verður ikki viðgjørður í hesi frágreiðingini. Men vit kunnu bert staðfesta, at burðardygg ferðavinna víðkar um inntøkugrundarlagið hjá einum landi. Av øðrum fyrimumum, sum koma føroyingum til góðar kunnu nevast: útbúgving innan nýggjar vinnugreinar, menning av undirstøðukervi, frítíðar- og mentanar hentleikar, arbeiðsmøguleikar innan nýggjar vinnugreinar, alt frá verksligum handaligum arbeiðið fyri skúlanæmingar til altjóða royndir fyri høgt útbúgvandi fólk, og at enda er tað eisini ein møguleiki fyri menning - bæði fyri íverksetarar innan ferðavinnu og í øðrum hjávinnum til ferðavinnuna.

Mítt tilmæli í hesi frágreiðing er, at útgangsstøðið til at menna ein føroyskan kappingarsamleika verður at menna ferðavinnuna. Týðningarmikið er at gera heilt greitt, at eg mæli ikki til, at framtíðar móguleikar og fíggarligar grundarlagið undir Føroyum skulu byggja á menning av ferðavinnu. Ein tílík niðurstøða má byggja á neyvari kanningar og útrokningar. Mítt tilmæli er, at landsstýrið setir í verk eina umfatandi langtíðarætlan fyri menning av ferðavinnuni, sum millum annað kann vísa á móguleikar fyri íløgum og móguligum vinningi av íløgnum - bæði yvir styttri og longri tíðarskeið.

Tað er eingin ivi um, at íløgur í marknaðarførslu og menning av ferðavinnu eru ein sera lønsom íløga í eina altjóða vangamynd av Føroyum. Um rætt verður farið fram, eru sannlíkindi fyri, at tað verður ein lønsom íløga yvir longri tíðarskeið.

Miðlarnir eru ein kostnaðarmikil partur av eini samskiftisætlan. Tá peningaliga tilfeingið er avmarkað, skal ein ikki gera eina lýsingarherferð í júst somu miðlum, sum peningasterku kappingarneytarnir nýta. Her eigur heldur at verða farið fram á annan hátt, t.d. við at gera tær neyðugu kanningarnar av málbólkinum, hansara brúkaravanum, og finna fram til, hvar kappingin frá øðrum londum ikki er so hörð, og hvar tað er sannlíkt, at ein boðskapur um Føroyar gerst sjónligur.

Tað hevur stóran týðning, at gera eina miðlaætlan, sum vísir á, hvussu vit kunnu fáa regluliga umrøðu í útlendsku miðlum. Við teimum røttu hugskotunum kann ein vinna á sínum kappingarneytum fyri lítlan pening. Eitt gott dømi er lýsingarherferðin og starvslýsingin “The Best Job in the World”, sum Ferðaráðið á oygni Queensland setti í verk til tess at finna rætta persónin til eitt starv sum “ island caretaker” á oygni. Viðkomandi, sum fekk starvið, skuldi sum so einki gera uttan at búgva ókeypis í flottum húsum á oygni við góðari løn. Queensland fekk sera nógva umrøðu í sambandi við átakið, og er tað eitt dømi um eina symbolska atgerð, sum gav sera nógva av sær víða um í heiminum.

Tað er móguligt at gera eina ætlan fyri tílíkar symbolskar atgerðir:

1. Ein einsamøll symbolsk atgerð fer neyvan at hava nakra varðandi ávirkan: loysnin er at fremja fleiri symbolskar atgerðir í fleiri ymiskum vinnugeirum til tess at byggja eitt fjølbroytt og trúverdugt tjóðarbrand.
2. Eitt symbolskt átak má ikki vera uttan veruligt innihald – talan má verða um samskifti og ein boðskapur, sum sipar til eitthvørt í veruleikanum. Einhvør symbolsk gerð skal kunna standa seg ímóti tómun retorikki – sjálvt tá hon verður tikin úr einum samanhangi og eftirkannað, (soleiðis sum viðmerkjarar í einum sunnum fólkaræði gera).
3. Symbolsku átøkini skulu fremjast yvir fleiri ár. At byggja eitt umdømi í okkara modernaðu skundmiklu verð, er, sum at royna at fylla eitt baðikar, ið ongan propp hevur: so skjótt sum eitt symbolskt átak er útint, kámast minnið um tað burtur, og um ikki hendan symbolska gerðin verður avloyst av eini aðrari, sum er líka so eyðkend og ber greiðan vitnisburð um tað landið, sum hevur framleitt hana, vil umdømið standa í stað ella fána burtur - og baðikarið verður ongantíð fult.

Omanfyrinevndu átøk og atgerðir krevja karmar, sum kunnu tryggja samskipan og menning.

Vanligar lýsingaherferðir og vanlig marknaðarførsluátøk hava framvegis stóran týdning fyri ferðavinnuna, og skulu eisini stuðla upp undir tey symbolsku átøkini. Harafturat skulu tær vísa á og vekja áhuga fyri Føroyum.

Størsta avbjóðingin í ferðavinnumarknaðarføring er at skilja seg burtur úr mongdini. Í hesum sambandi mugu nakrar djarvar avgerðir takast. Eingin lýsingafyrirætla skal fáa arbeiðið at marknaðarføra Føroyar sum ferðaland, bert tí hon hevur drúgvur royndir á økinum. Heldur eiga vit at velja eina fyrirætlu, sum er í heimsklassa og kann vísa á kreativar loysnir. Lýsingarfyrirætlan eigur at fáa fríar teymar til at loysa uppgávuna á kreativan hátt og fáa greið boð um, at talan ikki skal vera um vanliga ferðavinnumarknaðarføring.

Júst somu leiðreglur eiga at verða galdandi, tá myndatilfar til marknaðarførsluátøk skulu gerast: størsta avbjóðingin er at velja besta og mest kreativa myndafólkið, sum ikki arbeiðir eftir einum siðbundnum leisti til uppgávuna. Heldur ikki hesaferð er rætt at velja tann, sum hevur flest royndir innan ferðavinnu ella landslagsmyndir. Her eigur valið at falla á ein persón, sum hevur ein serligan stíl, sum brýtur frá vanligari siðbundnari ferðavinnumarknaðarførslu.

Tað er aftur avgerandi, at góðskan er í heimsklassa. Myndir í heimsklassa eru kostnaðarmiklar, men raka eisini sera beint. Marknaðarførsla í heimsklassa kann bara fremjast av førandi fyrirætlu á økinum. Alt annað vil geva fatan av, at Føroyar eru eitt annanflokks ferðamál. Brúkarin og serliga brúkarar á bretska, danska og írsku marknaðinum eru serliga kritiskir, og kappingin er serstakliga hörð. Fígging til at keypa bestu marknaðarførslu má fáast til vega. Hóast eg havi víst mest til marknaðarførslu í prentaðum miðlum, er eingin loyna, at tann mest effektiva marknaðarførslan eru sjónvarp og biografur.

Filmsupptøkur í landinum eru meira verðar enn 1000 sjónvarpslýsingar og vísa seg ofta at verða ein inntøkukelda heldur enn ein útreiðsla. Tað krevst tó sera nógv fyrireiking at menna eitt land til filmsland, og royndirnar hjá flestu londum eru miseydnadar, (síðsta dømið er filmurin *Australia*). Harafturímóti er vinningurin, tá tað eydnast - sum við t.d. *Lord of the Rings* vísti seg at verða fyri Nýsæland – so mikið stóru, at tað sanniliga er eina roynd vert at seta á stovn eina filmsskrivstovu og áhaldandi at leita eftir *location* møguleikum.

Eg fari at lata serfrøðingarnar í ferðavinnu arbeiða við eini ferðavinnustrategi. Eg havi kortini hug at gera nakrar viðmerkingar í hesum sambandi.

Fyrst og fremst er tað umráðandi, at ferðavinnan byggir á burðardygt grundarlag og tekur hædd fyri náttúru og mentan. Talan verður ikki um hópferðavinnu í Føroyum; veðurlagið hóskar ikki til tað, samferðslukervið hóskar heldur ikki, umhvørvið tolir tað ikki, og fólkíð hevði ivaleyst gjørt mótstøðu. Føroyar hava heilt einfalt ikki neyðuga tilfeingið.

Hinvegin hava Føroyar nógv áhugaverd tilboð innan nisjuferðavinnu. Hóast tey ikki eru nógv í tali, eru nógv dømi um tilboð við góðum lönsemi. Hetta eru tilboð til vælhavandi ferðafólk og nátturufjepparar, sum ofta eru á ferð og leita eftir serligum avbjóðingum t.d. at hyggja eftir fugli og hvali, at klintra í fjøllunum, fiska o.s.fr.

Av tí at veðurlagið í Føroyum er kalt, fer tíðarskeiðið í árinum fyri frítíðarferðavinnu altíð at vera stutt. Meginreglan innan ferðavinnu er, at um ferðafólk ikki koma til at uppliva sól og summar, mugu tey fáa aðrar góðar orsøkir til at koma. Eitt dømi er at menna mentanarferðavinnuna: Tónleikafestivalar, listaframsýningar, upplestur av bókmentum, konsertir o.a. Føroyar hava nógv at bjóða, sjálvt um stór menning á hesum øki má fara fram komandi árin. Til at eggja ferðafólki at koma til Føroyar og fyri at fáa tey at steðga longri, tá tey eru komin til Føroya, mugu Føroyar hava eina ørgrynnu av mentanartilboðum

Tað er eyðsæð, at Føroyar hava fyrimunir sum ráðstevnuland, og innan skeiðsvirksemi, fundir, topfundir, og innan onnur øki, sum ikki eru beinleiðis knýtt at frítíð. Vitjandi innan hesi øki eru serliga áhugaverd, tí tey peningaliga leggja meira eftir seg enn frítíðarferðafólk. Hesi vitjandi vilja hava gistingarmøguleikar á høgum støði, og ferðast ofta í bólkkum, vitja alt árið, skikka sær væl, og koma ofta aftur saman við familju. Um tey eru vorðin serliga hugtikin av landinum, koma tey ofta aftur sum íleggjarar.

Orsakað av vantandi figging og heimsumfatandi stagnatióin valdar kaos innan ráðstevnu- og fundarvinnuna. Kanningar, sum altjóða felagsskapurin fyri ráðstevnulond hevur gjørt, vísa, at sjálvt vinnukundar, sum hava tøkan pening til ráðstevnur uttanlands, velja at sita heima. Orsøkin er, at tey halda tað verða skeivt tekin at senda út í hesum døgum.

Hetta er ein gyltur móguleiki hjá Føroyum at staðseta seg á altjóða marknaðinum, sum eitt seriøst, meiri fruktagott og friðarligt stað at halda ráðstevnur og altjóða fundir v.m. Tað er í roynd og veru kanska fyrstu ferð í nýggjari tíð, at tað er ein fyrimunur ikki at hava fantastiska lekrar tropiskar baðistrendur.

Eg havi veitt fleiri londum ráðgeving í sambandi við ætlanir um at menna móguleikar fyri mentanar- og vinnuferðavinnu. Teirra avbjóðing verður at figgja og byggja eitt stað til júst hetta endamálið. Føroyar hava longu eitt stað til endamálið: Norðurlandahúsið er serstakliga hugtakandi og væl egnað sum karmur um ráðstevnu- og fundarvinnu. Norðurlandahúsið kundi t.d. við stoltleika verið karmur um næsta NATO topfundin.

Móguleikarnir fyri at menna uppáftur fleiri serstøk tilboð til tann vitjandi eru óavmarkaðir. Eg havi áður undirstrikað, at tað er av stórum týðningi, at áhaldandi menning innan hetta og onnur øki fer fram. Tann eldhugur, hugflog og ídni, sum eg havi upplivað í samstarvi við umboð fyri føroyska vinnu, mentan og føroyska samfelagið er fyri mær eitt greitt tekin um, at bæði vilji og evni til at menna kreativar loysnir er til staðar í Føroyum. Uppgávan nú er tí at tryggja, at tey røttu fólkini hittast á røttum staði, til rætta tíð og við tí røttu uppgávuni.

Eg mæli til at seta á stovn eitt Ferðavinnu Forum, har økisleiðarar fáa høvið at hitta hvør annan og umboð og veitarar innan ferðavinnuna sum heild, samstundis sum teir eisini fáa móguleikan at samstarva við umboð innan onnur øki, so sum mentan, ítrótt, lokala og almenna umsiting. Endamálið við einum tílíkum fora skal vera at hittast og kjakast um móguleikar, royndir og at menna nýggj felags átøk.

Sum fyrr nevnt, er tørvur á at gera eina strategi fyri menning av ferðavinnu soleiðis, at Føroyar fáa eitt útboð av ferðavinnutilboðum á altjóða støði, og sum eru av so høgari góðsku, at tað kann

marknaðarførast á altjóða marknaðum. Sjálvt um eg ikki vil mæla til ítøkilig átøk í hesum sambandi, má eg undirstrika, at eitt hotell á serliga høgum støði, hevði gjørt útlitini til menning í ferðavinnuna í Føroyum munandi bjartari. Eftirsum menning neyvan er sannlík uttan so, at flogvøllurin og ferðasambandið verður betri, er tað í tøkum tíma, at støða verður tikin til, hvørjar íløgur eru neyðugar at gera. Ein ferðavinnustrategi hevði kunnað víst á, hvørjar íløgur og møguligur vinningur av ferðavinnuni, vit kundu fingið.

Týðningurin av útbúgving

Eins væl egnaðar Føroyar eru sum ferðamál í vinnuhøpi, eins væl kunnu Føroyar gerast eitt nátturligt stað hjá teimum, sum ynskja at nema sær útbúgving. Treytin er tó, at neyðuga menningin av undirvísingarkervinum verður framd. Føroyar eru áhugaverdar hjá fólki, sum leita eftir útbúgvingarmøguleikum uttanlands, tí tit hava friðin, samljóðið við náttúruna, tað eksotiska, og tað áhugaverda sambandið við Skandinavia.

Sjálvsagt er tað treytað av, at góðskan á frálæruni er á nóg høgum støði, og at útboðið av lærugreinum er nøktandi. Ein íløga í menning av útbúgvingarkervinum kann hava eins nógvar fyrimunir, og ein íløga í menning av ferðavinnuni - bæði fyri føroyska fólkið og tey lesandi, sum vitja. Miðvíst arbeiði kann draga júst tey lesandi, sum føroyingar vilja hava henda vegin. Útboðið av tilboðum og tænastrá, má taka støði í Føroyum og tí servitan, sum finst her. Føroyingar kunnu bjóða hægri lesnað innan nógvar ymisk øki t.d. ferðavinnu, veðurlagsvísindi, lívfrøði, jarðfrøði, fuglafrøði, havfrøði, heimspeki, bókmentir, søgu, skipsbyggilist, búskap, stjórnmálafrøði, sjófarssøgu, altjóðaviðurskipti, veðurfrøði, tónleik, jarðfrøði í miðöldini o.s.fr.

Nation Brands Index kanningin, sum eg standi fyri, hevur tey síðstu fimm árin heilt greitt víst, at um fólk hava hug at fara undir hægri lesnað í einum landi, virða tey hetta landið. Lond, sum verða vird fyri teirra útboð av hægri útbúgvingum, verða hildin at vera meira framkomin, vælhavandi, í javnvág, hava eina ríka mentan, størri sjálvvirði og at hava ein virknan leiklut í altjóðasamfelagnum.

Langt aftur í tíðina hava føroyingar nomið sær útbúgving. Nú eiga Føroyar at arbeiða skjótt fyri at fáa kjølfesti og altjóða umdømi, sum eitt land at nema sær útbúgving í og eitt land at granska í. Ein tílik íløga lönar seg aftur fleiri ferðir í eini sterkari altjóða vangamynd, fremmandum valuta, fólki, sum hava hug at vitja í Føroyum, øktum sjálvvirði, móguleikum fyri øktum virkseimi og móguleikum fyri, at føroyingar sjálvir velja at støðast longri í egnum landi og at vanda heimaftur fyrr, um so er, at teir velja at fara av landinum í eina tíð.

Útflutningsframi

Tað er týðningarmikið, at ferðavinna, útflutningur, beinleiðis íløgur úr útlandinum (*foreign direct investment* ella *FDI*) umframt útvegan og menning innan t.d. útbúgving eru væl samskipað og fylgja somu ætlanum í Føroyum. Eitthvørt átak innan ferðavinnu eigur eisini at stuðla og stimbra

útflutningsframa, iløguframa og draga næmingar, soleiðis, at eitt sterkt hugasamband verður skapt millum ímyndir og virði.

Skúladømið í hesum sambandi er Nýsæland, ið gjørði eitt ferðavinnuáttak við hugtakinum “New Zealand, 100% Pure” (Nýsæland, 100% reint). Hetta átakið stuðlaði beinleiðis útflutninginum av kiwi og aðrari frukt, víni, lambskjøti, smøri og eisini aðrari feskari vøru vegna einfalda skilvísinum, at um landið var 100% reint, hevði vøran hagani eisini hendan reinleika.

Tað kundi eisini havt stórt virði fyri Føroyar at ment eina upprunalsmerking (*country of origin mark* stytta *COO*), ið virkar tvørtur um fleiri geirar av útflutningsbúskapinum. Serliga tí, at tað eru lutfalsliga fáir føroyskir framleiðarar við neyðuga tilfeinginum og fíggarorkuni til sjálvir at menna altjóða marknaðarføring og uppbyggja eitt vørumerki. Í samstarvi kundu teir kanska gjørt vart við seg. Dømi um eina væleydnaða *branding*-tilgongd innan ávísar geirar, er marknaðarføringin av vørumerkjunum “Outspan” og “Cape,” í Suðurafrika. Ein slík tilgongd kann skapa ein stórvirkisfyrirun og harvið munadygga útflutningsbranding fyri tey, ið annars eru ov lítil til einsamøll at gera nakað við hetta. Høvuðsavbjóðingin í hesum sambandi er at seta í verk góðskustýring fyri nógvar ymiskar útflytarar, stórar og smáar, so at vørumerkið, sum frá líður, kann vaksa.

Ein annar torfórrur trupulleiki er at skapa eitt tjóðarútflutningsmerki, ið er nóg breitt til at stuðla høvuðsútflutninginum og tænastrageirunum uttan at vera í stríð við ímyndirnar, (til dømis er 100% reint eitt fínt áttak til frama fyri smør og vín, men ikki so viðkomandi fyri eitt felag, ið framleiðir telduspøl ella skógvar). Samstundis má eisini sleppast undan einum útvatnaðum tjóðarmerki, ið ikki hevur nakra ávirkan á marknaðin, tí tað nærur er einkisigandi fyri brúkaran.

Merkið, ið vit velja, má vera rímliga framtíðartryggjað, tí føroyski búskapurin eigur, sum frá líður, at víðka seg munandi innan tænastrageitingar og framleiðslu. Vit mugu eisini vera vís í, at merkið gevur fyrirunir til so stórar partar sum gjørligt, og so leingi sum møguligt. Aðaltátturin í slíkum tiltøkum er framhald, tí upprunalsmerkið kann fáa stórri týðning so hvørt, sum tað skapar virði: tað er vanliga nógv betri at halda seg til eitt hálvánaligt upprunalsmerki í áratíggju heldur enn at koma við einum nýggjum framúrskarandi merki annað- ella triðja hvørt ár.

Til seinast er útflutnings marknaðarføring munabetri, um hon er stýrd og stimbrað av eftirspurningi frá endabrukaranum heldur enn at verða “skumpa” fram gjøgnum sølulíðini. Við at samantvinna ferðavinnu- og útflutningframa fæst mest fyri pengarnar, tá vit vilja skapa ein serligan tokka hjá kundinum til vørrur úr ávísari tjóð: tað merkir, at ferðavinnan, iløguframastovnar, og útflutningsgeirin marknaðarføra og brúka pening *saman*, og siga somu tjóðarsøgu heldur enn at nýta pening *mótvegis* hvør øðrum.

Val av marknað

Eg havi áður lagt stóran dent á týðningin av at fokusera upp á eitt ávíst tal av málbólkum, ið eru lættir at handfara – í hvussu er í byrjanini av føroysku KS verkætlanini. Hetta er eins týðningarmikið fyri ferðavinnumenning, útbúgving, mentan, útflutningi og útvegan av fólki við serligum førleikum. Við

avmarkaðum tilfeingi og avmarkaðari burðarorku, er helst talan um í mesta lagi 3 ella 4 lykلامarknaðir til meginpartin av virkseminum.

Danmark verður heilt víst ein av hesum marknaðum, partvís tí at Danmark longu er ein búgvinn marknaður fyri Føroyar, og tað hevði verið ómøguligt at rættvísgjørt eina avgerð um at sleppa hesum marknaði nú. Sambondini eru har, handilsmynstrini og handilsvanarnir eru har, har er eitt stórt tal av føroyingum við stórari ávirkan, ið vit kunnu brúka, og har er eisini ein rímiliga stór vitan um Føroyar. Men á enskum finst eitt orðafelli, ið sigur “familiarity breeds contempt”, og tað føroyska brandið í Danmark er langt frá fyrimyndarligt til føroysku ætlanirnar. Hetta er tíverri tann afturvendandi trupulleikin hjá sjálvstýrandi londum og økjum: tað er ógvuliga trupult hjá teimum at slíta seg leysan frá tí eitt sindur niðursetandi hugburði, ið “valdsharrar” hava. Ofta er einasti máttin at broyta teirra hugburð við at byggja upp eitt sterkari umdømi beinleiðis hjá íbúgvunum í einum triðja landi, ið “valdsríkið” sjálvst sær upp til og hámetir.

Eg havi ført fram, at hendan mekanisma var einasti máttin, ið kundi nýtast til at læra Stórabretland at hava virðing fyri Írlandi: bretar vóru vandir við í øldir at hyggja niður á Írland sum eitt hjáland og byrjaðu ikki at síggja Írland við øðrum eygum, fyrr enn teir lögdu til merkis, at Írland fekk virðing úr USA og londum á fastlandinum í Evropanum.

Tí kunnu vit siga, at um Føroyar t.d. fær eina sterka og jaliga ímynd millum bretsk vitjandi, íleggjarar og viðmerkjarar, hevði hetta helst fingið danir at endurskoða sín hugburð mótvegis Føroyum í nógv størri mun, enn nøkur beinleiðis branding ella endurbranding í Danmark hevði kunnað gjørt

Stórabretland er eitt upplagt kjarnuøki til marknaðarføring av Føroyum. Tað er nærhendis og hefur nógv og ríkar íbúgv – íbúgv, ið leita eftir nýggjum og óvanligum ferðamálum í løtuni, ið ikki eru ov langt burtur. Sum kanningarúrlitini vísa, hefur landið eitt sindur av grundleggjandi vitan um Føroyar, ið er ein stórir fyrimunur. Eisini eru stórir bólkar av ferðafólki við seráhuga, sum hóska væl til tey frítíðartilboðini, ið vit leggja ætlanir um í Føroyum. Meðan hópmarknaðurin av ferðandi úr Bretlandi vanliga dáma betur ferðamál við heitum veðri, eru tey eldru, ríkaru, mentanar- og seráhugaferðafólkini sjónliga áhugað í ferðamálum við tempereraðum veðurlagi. Hetta er eisini tann málbólkurin, ið vit helst vilja draga hendanvegin.

Sum eg havi nevnt, er Írland vert at umhugsa í álvara. Hetta er bert grundað á høggu tilvitskuna um Føroyar, ið kundi verið ein munandi fyrimunur. Tað verður tó neyðugt við neyvari viðgerð og kanska eisini vátan við útdýpandi kanningararbeiði.

Tá umræður at velja fleiri kjarnumarknaðir, er vert at umhugsa tað, ið eg kalli eina “downhill first” (í undanbrekku fyrst) ætlan. Tað er eingin ivi um, at tað er ein stór og framsøkin ætlan at velja at marknaðarføra Føroyar í Bretlandi: at fáa bretskar brúkarar og ferðafólk áhugað í enn einum ferðamáli og enn einum útvegara av útlenskum vørum er ikki nøkur lítill uppgáva. Uppgávan er enntá so stór, at eg loyvi mær at ivast í, hvussu skilagott tað er bert at “stíla høgt” í hesum sambandi, og eg meti tað tí kanska vera skilagott eisini at fara eftir marknaðum, ið krevja heilt mótsattar tilgongdir. Sagt øðrvísi, heldur enn bert at miðja ímóti teimum torførastu, mest ásyniligu og dýrastu marknaðunum, hví ikki heldur leggja eina ætlan, sum fyrstu árin eisini fevnir um nakrar av lættastu og bíligastu marknaðunum?

Tað eru fleiri góðar grundgevingar fyri at miðsavna part av okkara marknaðarføringsarbeiði á t.d. Lettland, Slovenia og Turkaland heldur enn Týskland, Svøríki ella USA:

1. Miðlar eru nógv bíligari har. Tað ber til at hava størri og meiri ásynligari ávirkan fyri nógv minni pening;
2. Fólk eru kanska minni vælútbúgvín og eru heilt víst minni ferðavon enn í ríkari londum, og tað er tí meiri sannlíkt, at tey gerast hugtikin av virðingini, tí fremmandkenda og av tíðindavirðinum í einum ókendum skandinaviskum ferðamáli;
3. Kappingin er ikki eins hörð har. Okkara ískoyti kann skapa nógv størri áhuga og spenning;
4. Hesi londini hava smærri búskapir, og teirra brúkarar hava lægri keypiorku, men so leingi sum nóg mikið er av tøkum peningi/inntøku til at loyva teimum meiri múgvandi brúkarunum at ferðast í Norðurevropu, átti tað yvirskipaða støðið av ríkidømi ikki at verði ein trupulleiki;
5. Sannlíkt er, at staðbundnu miðlarnir síggja átøkini fyri einum slíkum ferðamáli at vera eina stórhending og kunnu gera nógv av marknaðarføringini fyri okkum (í t.d. London og París er neyðugt at brúka sera nógvan pening uppá PR og lýsingar);

Grundleggjandi hugskotið er at byrja heimsumfatandi handil “í undanbrekku” – í støðum, har Føroyar kundu verið kendar sum eitt hágóðskumerki, har tit tí beinanvegin fáa virðing, hámeting og áhuga, og har tit kunnu brúka brandingarvirðið hjá Skandinavia munadyggast – hetta heldur enn at fara “í mótbrekku” til tey støðini, har minst sannlík er, at fólk virða og hámeta eitt tilíkt land. Við at gera soleiðis, kann ferðavinnan uppbyggja eitt sterkt altjóða fótafesti og ein sterkan figgarligan grundvøll, áðrenn hon fer eftir teimum ríkari londunum, tá hon veruliga hevur máttin til álopið og sigurin.

Fleiri útflutningsvinnur og fyrítøkur í Føroyum kunnu taka til sín og tillaga “í undanbrekku fyrst” hugtakið til altjóða víðkan og menning, og hetta kann seinni gerast eitt eyðkenni fyri okkara útflutningstilgongd: At Føroyar eru eitt land, ið heldur enn at gjalda í dýrum dómum tann siðbundna stuðulin til brúkarar í ríkum londum, velur at brúka máttin í alheimsgerðini til egnan fyrimun, og tískil setir inn við virkseimi í londum/støðum har, ið mest sannlíkt er at finna vinir.

At enda er vert at nevna, at tað fer altíð at vera eitt sindur av ósemju um, hvussu landið skal verða nevnt í altjóða samskipti. Sjálvur haldi eg, at “the Faroes” er eitt heldur óhjálpsamt navn fyri eitt land, sum fólk vita sera lítið um; fyri enskttalandi fólk, ljóðar tað eisini sum “the Pharaohs,” ið kann ørkymla. Hinvegin er “the Faroe Islands” nógv meiri hjálpsamt, tí at tað greiðir frá, hvat slag av staði talan er um; og orðið “Islands” er eitt jaligt eyðkenni – í hvussu er í ferðavinnuhøpi.

Vissuliga er navnið longri og meira torskilt, og hjá londum, hvørs nøvn eru longri enn eitt orð, er altíð ein vissur ampi um navnið. Tí hava the Netherlands at enda slakað fyri brúkaravalinum og verður nú brandað sum “Holland,” og United Kingdom verður vanligi nevnt “Ongland” so at siga næstan allastaðni, hóast tað ikki altíð verður dámt. Á sama hátt verður United States nevnt “Amerika,” ið slettis ikki hóvar íbúgvunum í restina av amerikanska meginlandinum. Hóast hesar trupulleikar er tað vert at brúka “the Faroe Islands” – í øllum førum í ferðavinnuhøpi.

Ein staðseting fyri Føroyar

Tann fyrsta myndin, ið vit gera okkum av einum landi, er ofta tann sannasta og haldbesta, og soleiðis er eisini hjá teimum, ið vitja Føroyar fyrstu ferð og váttar, at tað dýrabarasta og mest hugtakandi tilfeingið er sjálvt landið. Tey vitjandi, ið koma fyrstu ferð ella eru afturvendandi, uppliva sjálvan “kjarnan” av Føroyum, tá tey stíga úr flogfarinum og anda í seg tað frískastu luftina, tey nakrantíð hava andað.

Hugmyndin um “**frískleika**” (freshness) - tað “fríska” ella “feska” er nakað, ið hóskar væl til Føroyar í nógvar mátar. Veðrið er frískt, upplivingin er frísk, hugsunarhátturin – vóna vit – er frískur, framleiðslan er fesk, og ein vitjan í Føroyum er besti máttin at (upp)fríska sinnið. Okkara upprunalandsmerking eigur tí at nýta slagorðið “**Fresh from the Faroes**” ella “**Fresh from the Faroe Islands**”.

Í einari grein í *Bradt’s Guide to Shangri-La* fyrr í ár, legði eg til merkis, at tey uppløgdu stjóðini at verða nevnd Shangri-La altíð skulu verða goymd burtur onkrastaðni í tí loyndarfulla eystri. Hví ikki í tí glæsiliga norðri ella vestri? Tað fremmenda ella eksotiska er veruliga bert ein staðfesting av landafrøðiligari fjarstøðu og søgnin um, at Shangri-La liggur í eystri, er bert grundað á, at í hugaheiminum hjá evropisku hjálandaharrunum og rannsóknarfólkunum lá tað mest fjarskotna og eksotiska í eystri. Og hesi fólk skaptu og varðveittu søgnina um Shangri-La. Men eftirsum tann týðandi búskaparliga, politiska, mentanarliga og sosiala styrkin tey komandi árinum ikki liggur í Evropu, men í India ella Kina, kann tað veruliga eksotiska, veruliga hugfarsliga Shangri-La í okkara modernaðu tíð, eins væl vera Føroyar.

Tað er ikki nøkur loyna, at ferðafólkini - og serliga tey múgvandi, fara ikki á ferð bert tí, at eitt ávíst ferðamál sær lokkandi út, men heldur tí, at tey leita eftir Shangri-La: har vóna tey at finna eitthvørt innan í sær sjálvum – ró, hvíld, at fyllast við nýggjari meg, at skapa nýggj minnir ella ein steðg frá øllum tí, tey seta í samband við heim og arbeiði. Higartil hevur vanliga hugmyndin fyri andliga endurføðing verið ein heldur tropisk mynd – heit lond, eysturlenskir átrúnaðir, teilendsk vøddamyking, yoga, meditatióin – og nógv heit lond hava notið stóran ágóða av hesi svøvnkendu dreymamynd.

Men eg haldi, at tíðin kanska er hin rætta til eina víðfevnda endurtulking av tí “andligu ferðini” – ein frísk og aktiv ferja heldur enn ein heit og passiv ferja, eitt umhvørvi, ið blæsur burtur tað annars dagliga haftið, heldur enn ein kvalin dvali.

Føroyar eiga at standa í fremstu røð at bjóða seg fram sum andlig endurføðing: aldargamli føroyski vísdómurin er vanliga skynsemið hjá bóndanum og fiskimanninum heldur enn læran hjá eysturlenskum vísmönnum; heimspekin er hartvunnin fólkslig vitan um at liva í einum avbjóðandi umhvørvi, at brúka vit og skil mótvegis harðrendu og óútrokniligu náttúruni í útjaðaranum av siðmentanini. Og ístaðin fyri at taka passivt ímóti óbroytiligum heitum døgum og nætrum, eru Føroyar staðið, har tað ber til at uppliva og berjast við tað mest fjølbroytta veðrið nakrastaðni á jørðini.

Føroyingar eiga at halda seg frá at brúka orðini “ringt” og “veður” í sama setningi, tá teir greiða útflendingum frá landinum. Tann einfaldi veruleikin er, at Føroyar hava *meiri* veður enn nakað annað stað á jørðini; sólelskarar fara kortini ikki - sum so - at umhugsa at koma til Føroyar. Tey fólkini, ið

koma higar, vænta ikki at sleppa at liggja á strondini. Spenningurin av óendaligum og ríkiligum veðri er veruliga nakað, ið kann draga slík fólk til sín, og tað er neyðugt, at vit ásanna tað.

“Frískt” merkir eisini frísk tankagongd, og ein av dragandi eginleikum hjá Føroyum er júst tað, at Føroyar eru nakað fyri seg, bæði so og so. Fyri at kunna yvirliva og kappast í eini verð við størri og sterkari londum, er tað heilt einfalt neyðugt at hugsa frískari enn nakar annar. Alt, sum Føroyar gera og bjóða teimum vitjandi, eigur at vitna um eina fríska tilgongd og eina fríska áskoðan. Eg plagi at kalla hetta at vera “7° West of Normal” (7 stig vestanfyri tað vanligu) – ikki tilætlað ella týðiliga løgin, men bara eitt sindur á skák frá tí væntaða.

Alt hetta gevur meining, tí at tað er ómøguligt at lesa tíðindabløðini nú um dagarnar og ikki koma til ta niðurstøðu, at vit í endanum av hesum ártíggju eru í einum áhugaverdum, týðningarmiklum, kanska avgerðandi tíðarbili í søgu okkara. Tann einfalda trúgvín á búskaparlígan vøkstur, umboðað av Washington semjuni (the Washington consensus), hevur givið týðiligan framburð í nógvum geirum í samfelagnum, men sum fólk venjast við fruktirnar av teirra nýggja ríkidømi, byrjar ein saknur av vissuni og ein kensla av vónbrotni at taka yvir.

Nógv av teimum, ið hava notið væl av vøkstrinum seinastu árinu, sýnast nú at spyrja: “Er tað veruliga vert at ofra so nógv lívsgóðsku fyri verðsligt ríkidømi?”. Tað ber til at merkja ótolni hjá teimum, ið ikki enn hava nátt eina munandi betring í lívskorum og tøkari inntøku. Teirra spurningur er: “Nær fer alt at kennast øðrvísi?”. Sjónarmiðið, ið vit ofta hoyra, er, at nógv fólk hava rokkið eina týðiliga og ítøkiliga betring í teirra lívi, men duga onkursvegna ikki at viðurkenna tað. Tey hava ongantið havt tað betur, men spyrja allíkavæl: “Hvat er tað eg stríðist fyri?”.

Hesi seinastu árinu hava nógv kanningar víst, at tá vit stremba eftir ríkidømi og náa tað, gevur tað eitt endamál og enntá gleði, men bert til eitt vist. Tá vit fara upp um eina ávísa inntøku, javnast gleðin, heilsan, livialdurin og útinningin. Strembanin, ofrini og æviga tráanin eftir einum kánum og ógreiðum máli, ið altíð flytur seg longri og longri burtur, skuggar at enda fyri gleðini og nøgdseminum við tí, vit hava rokkið.

Sum Edward Abbey segði á sinni, so arbeiða krabbameinskyknur við at vaksa bert fyri vakstrarinnar skuld. At vaksa bert fyri at vaksa er púrusta ónýtiligt og ófullfíggað sum grundarlag fyri at skapa sosialan samanhang, felags mál, framgongd og meining í lívinum. Tann heimsumfatandi fíggjar- og búskaparkreppan, sum nú herjar, hevur framhevjað tað grundleggjandi virðið í hesum spurningi – og undirstrikað tann grundleggjandi týðningin av teimum tvístøðum, ið so nógv fólk berjast við nú á døgum.

Speisemið í øllum hesum er, at nógv av teimum virðunum, ið so nógv lond eru í holt við at tveita burtur, tí tey sýnast óviðkomandi í strembanini eftir nútíðargerð og vøkstri, eru júst tey virðini, ið “tann ríki heimurin” endiliga er farin at virðismeta hægst: virðingin fyri og nærleikin við siðbundnari mentan og siðbundnum virðum; virðingin fyri og nærleikin við náttúru; sterkir familju- og sosialir samhangir; ein verulig kensla av tí skaldsliga í dagliga lívinum; virðing fyri mentan og læru.

Sum nógvir granskarar nú eru byrjaðir at viðurkenna og prógva, er grundleggjandi kravið fyri einum glaðum og sunnum samfelagi ikki ríkidømi, men javnaður: Eg havi ikki sæð tøluni, men vænti, at Føroyar heilt víst má vera eitt av javnastu samfeløgnum í heiminum.

Kann eitt land hava burðardyggan vøkstur, samstundis sum tað minskar um sítt CO₂-útlát og ikki skaðar sítt umhvørvi? Kann ein mentan fylgja kapitalismuni uttan at missa moralsku kumpassina? Kann eitt samfelag fáa ágóðan av tilflyting uttan at missa sín serstaka samleika? Kann tøkni og skaldskapur, list og vísindi vera til saman og enntá arbeiða saman í sama samfelagi? Kann sosialt rættvísi og javnaður vaksa enn skjótari enn búskapurin? Kann eitt ríkt samfelag nøkta andaliga eins væl og likamliga tørvin hjá sínum fólki? Kann eitt fólkaslag taka við fyrimununum av moderniteti uttan at ofra tað virðismikla úr fortíðini? Í stuttum, kann eitt land flyta seg frameftir uttan at skula lata síni virði liggja eftir?

Hetta eru megingtvístøðurnar í modernitetinum, og føroyski livihátturin – við virðunum røttfest í virðing fyri fortíðini, virðing fyri náttúru, virðing fyri hvørjum øðrum og sjálvsvirðing – hevur í sær evnini at fáa greiði á nógvum teirra.

Eitt sindur um umhvørvið

Meðan tjóðarímyndir kanska ikki broytast so nógv, sum árin ganga, broytast ynskini og virðini hjá brúkarinum, og Føroyar mugu fylgja við “marknaðinum,” eins væl og at fylgja við síni egnu ímynd fyri at tryggja okkum, at virðini, ið verða sett í samband við Føroyar, enn eru viðkomandi fyri okkara høgsmarknaðir kring heimin.

Tjóðarímyndir broytast spakuliga, tí fólk brúka so lítt tíð at hugsa um onnur lond. Men hinvegin hugsa fólk hvønn dag um stórmál sum búskaparskrædl, veðurlagsbroytingar, yvirgang, fátækradømi, kríggj og sjúku, átrúnað, oljuprísir og annað, ið er í fjølmíðlum; almannahugsanin um hesi evni broytist skjótt og lutfalsliga ofta.

Í *Nation Brands Index*, eru trý øki innan umdømi vorðin avgerandi seinastu árin, um vit meta út frá vangamyndini hjá londum, ið flest fólk hávirða.

1. Fatanin av **umhvørvisliga** trúvirðinum/umdøminum [*credentials*] hjá einum landi. Hetta verður skjótt eitt krav, um eitt land skal verða góðtikið í “tjóðarfelagskapinum”.
2. Fatanin av dugnaskapi og framleiðslu innan **tøkni hjá einum landi**, ið umboðar ella vísir á modernitet: sum heild, hávirða fólk modernað lond.
3. Atráttamegin hjá einum landi, sum eitt stað við lærdómi, búskaparligari og mentanarligari **sjálvsbeting**: eitt ferðamál fyri persónsmenning.

Sannroyndin um, at Skandinavia verður sett í samband við umhvørvisvernd, kann verða ein stórur ágóði fyri Føroyar, og tað er sanniliga ein av umdømisligu vinningunum, ið er klárur at taka, um Føroyar kunnu seta seg í almennu tilvitskuni sum eitt skandinaviskt land. Men nógv onnur lond - við eins “reinum” trúvirði og ummæli - stríðast eisini fyri hesum umdømisvinningi.

Grønt trúvirði gerst meiri og meiri ein atgongumerkjakostnaður til marknaðin, og tað er tí sannlíkt, at bert tvey ella trý lond fara - sum frá líður - at kunna rokna umhvørvisvernd sum ein part av sínum tjóðarbrandi. Um Føroyar veruliga ætla at verða eitt av teimum, má ikki undirmetast, hvussu stór hendan uppgávan verður. Svøríki, Finnland, Noreg og serliga Danmark hava alment bundið seg til at verða umhvørvisvinarlig lond og avseta stóran part av BTÚ til hetta: onki minni enn ein grønkan av

øllum búskaparligum, sosialum og politiskum dagsskráum fer at føra til nakran umdømisligan fyrimun (ella móguliga fyrimun fyri umhvørvið). Hetta er í hvussu er eitt øki, har tað kann verða til fyrimuns fyri Føroyar at halda seg tætt uppat Danmark, eftirsum umhvørvisliga vangamyndin hjá Danmark helst fer at styrkjast í stórum í sambandi við veðurlagsráðstevnuna í Keypmannahavn í desember 2009.

Í alt størri mun er eitt umhvørvisvinarligt umdømi treytað av ásýniligum og framtakssomum politikki og nýskapan. Eitt passivt ella “arvað” umdømi fær alt minni virðing. At verða sæddur sum umhvørvisvinarligur er ikki longur ein lættur snarvegur ella ein bíligur móguleiki: tað er ein verulig og týðandi avbjóðing, og tað er týðningarmikið, at Føroyar ásanna tað og taka eina stóðu. Um tað er satt, at Føroyar kundu verið ein verulig “zero-carbon” (kolfrí) tjóð, er hetta eitt mál, ið er vert at stríðast fram ímóti og gera íløgur í: umdømisligi vinningurin hevði verið stórus.

Eitt land, ið liggur í einum viðbreknum umhvørvi í Norðuratlantshavi, ið bjóðar seg fram sum eitt frískt, vilt, náttúrligt ferðamál, ið fær vinning úr vistferðavinnu – men tó fyri tað mesta fær sína orku úr dýrari innfluttari olju; eitt slíkt land brúkar tóm orð um umhvørvið og ger spakuliga umdømisligt sjálmorð.

Karmar fyri íverksetan

Niðanfyrir vísi eg á nakrar mannagongdir og karmar, sum kunnu setast í verk til tess at gera tað móguligt at máta og menna eitt altjóða brand í eitt longri tíðarskeið. Eg vil fegin leggja áherðslu á, at sjálvt um hesir karmar fevna um toymir av fólki við serligum førleikum, kunnu hesi fólkinu skiftast út við onnur. Tað, sum hevur týðning, er ikki mongdin av fólki í føstum starvi, men at hava eitt toymi av fólki, sum hava ein greiðan arbeiðssetning. Allir karmar og allar mannagongdir kunnu setast í verk og mannast við fólki, sum arbeiða freelance, ókeypiss, ella arbeiða niðursetta tíð. Fólk kunnu arbeiða í hesum stórvum saman við starvsfólkum á Visitfaroeislands.com og/ella í Uttanríkisráðnum og tey, sum eru serliga eldhugað, kunnu síðani setast í fast starv eftir tøvri, og tá ið peningur er tøkur.

Føroysku andlitini

Sum fyrr nevnt, hava miðlanir serligan áhuga fyri søgum, sum snúgva seg um fólk. Føroyar eru so at siga als ikki umboðaðar av nøkrum kendum føroyingi á altjóða pallinum. Og tað er ein veruligur meinbogi, tá vit skulu menna eitt sterkari altjóða umdømi. Afturat ferðavinnu marknaðarførslu í heimsklassa, er tann mest effektivtí matin fyri Føroyar at menna eina altjóða vangamynd, heilt bókstavliga, at vísa heiminum føroysku andlitini.

Ístaðin fyri at seta fokus á vinnulig, mentanarlig, politisk ella vísundalig avrik, eigur KS verkætlanin at varpa ljós á fólkinu aftanfyrir – ella rættari – frammanfyrir hesi avrik. Fyrimunurin við eini tílíkari tilgongd er, at tað verður lættari at skilja endamálið við verkætlanini. Kunningin um verkætlanina verður einfaldari, og tað verður áhugaverdari at lýsa eina tílíka verkætlan og áhugaverdari fyri luttakararnar enn ein verkætlan, sum byggir á átøk. Í veruleikanum eru “Føroysku andlitini” eitt umfatandi átak til tess at finna øll talentini í Føroyum. Hjá fleiri evnaríkum føroyingum kann tilboðið um at gerast kendur vera eins ella nógv meira lokkandi, enn tað vanliga tilboðið um at fáa stuðul.

Hetta er í veruleikanum tað, sum eg kalli modernað alment diplomati. Tað byggir á luttøku, røkkur víða, er óformligt og fevnir um fleiri samfelagsgeirar. Eg havi ofta viðmerkt, at hugtakið “alment diplomati” ikki fær sín veruliga týdning, fyrr enn orðið “alment” verður brúkt um báðar partar í einum samskifti; við øðrum orðum skulu diplomatar ikki bert samskifta við diplomatar, men almenningurin skal eisini samskifta við almenningin.

Ein áhaldandi streymur av óformligum sendifólkum, sum kunnu umboða øll øki, er tað, sum kann geva Føroyum eitt andlit og hjálpa fólki at læra um føroyska mentan, serkenni og týdning Føroya.

Ein týðandi partur av eftirmetingini av øllum verkætlanum má taka støði í, hvussu stóra karismu og hvussu stórt miðlatekki føroysku andlitini hava. Onkuntíð vil tað verða so, at okkara mest virðismikla ískoyti verður at seta mest karismatiska andlitið á tey átøk, sum hava bjartastu útlit og øvugt.

Vit mugu ikki gloyma, at summi av okkara týdningarmiklastu óformligu sendifólkum kanska longu eru í markini. Føroysku útisetarnir í Danmark og aðrastaðni mugu setast í samband við KS verkætlanina. Hetta er somikið týdningarmikil partur av verkætlanini, at ein serligur arbeidsbólkur eigur at verða settur at arbeiða við eini strategi fyri útisetar.

Tað er eisini sera týdningarmikið, at vit ásanna týdningin av fyrmyndum, sum kunnu birta upp undir innovasjón og íverksetan í Føroyum, og geva øðrum dugnaligum fólki dirvi til at traðka fram í ljósmálan – fólk, sum annars høvdu hildið seg aftur orsakað av “Jantelógini”. Føroysku andlitini skulu takast fram, sum ímyndir í føroyska samfelagnum, og tey, sum ímynda Føroysku andlitini, skulu heiðrast alment fyri teirra ískoyti til menning og framburð í føroyska samfelagnum.

MAGNETIN– At finna tey lokalu talentini

Talan er um eind, ið hevur til uppgávu at føra einstaklingar, ið hava serlig evni/hegni inn í marknaðarføringsskipanina. Tað skal gerast soleiðis: fyrst skulu vit leita fram dømi um nýmenning ella innovasjón, sum hava so mikið høga góðsku, at tey verða mett at vera útflutningsbæri. Síðan skulu vit leita fram talentini. Hendan eindin skal eggja einstaklingum til at stremba eftir, at menna seg hegnisliga – tað kann vera á ymiskum mótum - alt frá tónleiki ella aðrari listagreini til ítrótt og vinnulív ella okkurt serliga fakligt hegni.

At leita í marknaðinum merkir at hava eyga við lokalu miðlunum (eisini skúlablaðnum og kirkjutíðindum), og at persónar frá Magnetini leita í nærumhvørvinum eftir talentum. Tað skulu setast í verk marknaðarførsla, almenn kunning, ráðstevnur, miðlaátøk, kappingar, og onnur átøk bæði lokalt og nationalt til tess at eggja luttøku í hesi verkætlan.

Talan er um at skanna landið fyri gávurík fólk og “head-hunta” tey. Hesi fólkini kunnu gerast “føroysk andlit”, sum nevnt omanfyri, og tey kunnu umboða ferðavinnu, íløgur, útflutning og útbúgving. Tey skulu verða við til at kjølfesta ímyndina av Føroyum. (Ritstj.: Simon Anholt hevur á fundi nevnt, at Føroyar áttu at stovnað eina skipan við heiðursmerkjum eins og riddarakrossar, men á ein meira strategiskan og kreativan hátt – t.d. kundi eitt slag verið til yngri talentir, ið eru á veg uppeftir fyri at

eggja teimum til, meðan eitt meira siðbundið heiðursmerki kundi verið fyrri meiri roynd og tilkomin fólk, sum viðurkenning fyrri serlig avrik ella týðningarmiklar leiklutir og virðismikil álitisstørv).

Hugskotsverkstaðurin - Framleiðsla av nýggjum hugskotum

Hugskotsverkstaðurin fær gávuríkar einstaklingar og áhugaverdar verkætlanir frá Magnetini og metir, um tey hava nóg góð evni til at gera seg galdandi uttan fyrri landoddarnar o.s.fr. Her verða hugskot gjørd til ítøkiligar ætlanir um at siga frá søgum um Føroyar, og at seta Føroyar á heimskortið.

Eindin skal verða mannað við fakfólki. Hon skal hava á leið sama leiklut, sum tann skapandi eindin í eini lýsingafyrirøku, og skal mannast við fólk úr fleiri ymiskum vinnugreinum, harundir marknaðarførsla, samskipti, mentan, filmsvinna, sniðgeving, arkitekturur og øðrum kreativum vinnum. Hugskotsverkstaðurin má hava røttu fortreytirnar at virka undir: tey røttu fólkin, tann rætta hugburðin, ein greiðan arbeiðssetning, og tey røttu málini mugu setast. Bert tann, sum hevur viðurkendar royndir innan menning og leiðslu av eini kreativari deild í heimsklassa støði, kann fáa álitid at menna og leiða eitt tilíkt virksemin.

Hugskotsverkstaðurin skal hava ein kreativan leiðara, hvørs fremstu uppgávur skulu verða at klekja kreativ hugskot og meta um hugskotini, sum eru komin frá Magnetini.

Hugskotsverkstaðurin skal fyriskipa regluligar fundir millum røttu fólkin í vinnulívnum, almennu fyrisitingini og borgarunum í samfelagnum (felagsskapir o.a.). Á fundunum skal viðgerast bæði hugskot frá Hugskotsverkstaðnum og hugskot um serlig talent, verkætlanir og onkuntíð eisini sterkar symbolskar atgerðir. (Ritstj.: T.d. kundi tær 300 mió. kr., sum vórðu læntar til Íslands herfyri, verið ein slík symbolsk atgerð, ið vísir umheiminum okkurt jaligt um Føroyar – í tí førinum t.d. bæði, at vit eru ein vinarlig og hjálpsom tjóð, men eisini at vit eru betri fyrri fíggarliga enn grannalondini! Tað er ein greiður, hóast óbeinleiðis, háttur at fáa ein sterkan og jaligan boðskap út).

Hugskotsverkstaðurin eigur við jøvnum millumbilum at savna tey bestu og mest skilagóðu talentini úr almenna og privata vinnulívnum og úr almenna rúminum, og seta tey saman at luta hugskotini við hvør annan. Nógv nýggj hugskot eru í veruleikanum ikki nýggj, men eru vorðin til í einum vinnugeira og síðani flutt yvir í ein annan geira, har tey eru búnað á óvæntaðan hátt. Eitt tilíkt virki kann vísa seg at fáa nógv burtur úr og harafturat virka til, at “Føroysku andlitini” stuðla og vegleiða hvør annan og luta royndir við hvør annan.

Hugskotsverkstaðurin skal eisini brúka nakað av tíð upp á at menna síni egnu kreativu hugskot. Hesi kunnu av og á verða hugskot um marknaðarførsluátøk, sum krevja íløgur frá almenna ella privata vinnugeiranum, men eiga oftari at snúgv seg um fíggarliga møgulig handils-, mentanar-, sosial-, vísindalig, vinnulig, akademisk ella politisk átøk. Hugskotsverkstaðurin eigur javnan at verða vertur fyrri “hugskotsátøkum”, har tey bestu hugskotini verða boðin út til íverksetarar, fyrirøkur, fólk við váðafúsum kapitali, lærdar háskúlar ella ein og hvønn, sum hevur áhuga í at gera hugskotið til veruleika – sjálvsagt við hjálp og stuðuli frá Hugskotsverkstaðnum og Stuðulseindini. (Stuðulseindin verður lýst í næsta parti).

Hugskotsverkstaðurin kann eisini av og á velja at “eiga” hugskotið, og seta tað í verk, um tað verður mett at vera nóg týðningarmikið.

Vit skulu minnast til, at menningin av umdøminum hjá Føroyum er treytað av einum støðugum streymi av bæði vanligu kreativum hugskotum og av og á av týðningarmiklum symbolskum atgerðum. Hvønn ársfjórðing eigur Hugskotsverkstaðurin at skipa fyri einum “Symbolskum átaksdegi,” har tær stóru verkætlanirnar verða settar í verk.

Tørvur er á einum serligum umhvørvi til henda partin, og vit mugu gera alt fyri at geva fólki ta fatan, at Føroya framtíð verður orðað og evnað til á hesum hugskotsverkstaðnum. Gestir uttanífrá, sum kunnu geva eitt ískoytið innan ymisk øki, eru ein týðningarmikil partur av hesum arbeiði.

Ein annar og sera týðningarmikil leiklutur hjá Hugskotsverkstaðnum verður at bera hugskotini víðari frá Magnetini til Stuðulseindina. Tað snýr seg í roynd og veru um at finna fram til, hvat hvør einstøk verkætlan krevur fyri at gerast skikkað útflutningsvøra, og síðan at senda hesi tilmæli víðari til Stuðulseindina.

Hesar avgerðir byggja á eitt operationelt spurnarblað, sum verður eitt slag av vegleiðing til Hugskotsverkstaðin, tá ið tey skulu meta um nýggj hugskot:

- a. Eitt staðsetingarfiltr (samsvarar hugskotið við “Fresh” hugtakið og við framtíðar menning og visjónir um Føroyar).
- b. Samleikafiltr (samsvarar hugskotið – og serstakliga Føroysku andlitini – við ímyndina av teimum persónligu eginleikunum, sum gera hugskotið serliga føroyskt: tær fyra ímyndirnar av virðing).
- c. Er hetta eitt gott hugskot (hesin sera einfaldi spurningur kann bert svarast við trúvirði av sera royndum fólki, kreativum fólki og vinnulívsfólki).
- d. Hevur hugskotið eitt “Menniskjaligt ískoyti” (hava fólkin, sum standa á odda fyri verkætlanini, neyðuga “stjørnugóðsku” til at gerast verulig Føroysk andlit? Um svarið er noktandi, kunnu vit so seta tey saman við teimum, sum hava “stjørnugóðsku”?).
- e. Er hugskotið viðkomandi fyri marknaðin í øðrum londum? (hugskotið skal ikki fremjast, um tað bert snýr seg um “tjóðarbranding”, har Føroyar seta ljóskastaran á staðbundin átøk, sum eingin veruligur eftirspurningur er eftir í øðrum londum).
- f. Er talan um eitt hugskot í heimsklassa? (tað er ikki noktandi, at vit meta hugskotið vera gott fyri Føroyar, ella, at tað ger okkum errin. Tað má kunnu samanberast við tað besta av tí besta í øllum heiminum).
- g. Avleiðingar av upprunalandsmerking (við øðrum orðum, hvussu tryggja vit okkum, at **“Fresh from the Faroe Islands”** hongur við?).
- h. Hvat krevja hugskotini av okkum? (t.d. figging, karmar, fólk, marknaðarførslu, netverkan og arbeiðsmegi).

STUÐULSEINDIN

Stuðulseindin skal veita ymiskan stuðul til tess at gera hugskot og ætlanir til veruleika. Stuðulin skal annaðhvørt veitast av egnum tilfeingi ella frá uttanhýsis netverkum. Tað kann snúgvá seg um ymsar tænastr t.d. hjálp við umsiting, praktiskum viðurskiftum og materiellar tænastr, sum Hugskotsverkstaðurin metir, at tørvur er á.

Tann best egnaði bygnaðurin til KS verkætlanina er ein, sum kann veita fíggjarligan stuðul úr sínum egna menningargrunni umvegis Stuðulseindina, ella í minsta lagi kann veita teimum bestu hugskotunum eitt slag av byrjanarstuðli. Um hvørgin av hesum stuðulskarmunum er møguligur við verkætlanarbyrjan, er alneyðugt at hava gott samband við bæði nationalar og altjóða stuðulsgrunnar. Tað er eisini týðningarmikið, at Stuðulseindin beinanvegin verður sædd at stuðla vinnarum til tess at skapa álit og trúvirðið ímillum eksternar stuðlar. Um KS verkætlanin fekk sín egna stuðulsgrunn at ráða yvir, hevði tað vakt álit á sjálva verkætlanina og ímillum teirra, sum hava eitt gott hugskot ella eina skilagóða verkætlan, sum tørvur stuðul. Men, hvussu verður og ikki, verður listin av eydnusøgum, sum Stuðulseindin kann vísa á, avgerandi fyri umdømi hennara, eitt nú millum íverksetarar, uttanhýsis fíggjarar, keyparar og útflytarar.

Stuðulseindin má kunna veita professionella ráðgeving á høgum støði fyri lítlan ella ongan pening til tey átøk, sum hava útlit til at bera ávøkstur, herundir lögfrøðiliga ráðgeving, marknaðarførslu, roknskap, útflutning, HR, og so framvegis. Tað er eins umráðandi at knýta sambond við útlenskar innflytarar, agentar og fyrirkur, sum at arbeiða við útflutningsframa. Handilskømur hava eisini stóran týðning. Afturat tí professionellu formligu ráðgevingini, mugu átøk gerast til tess at birta upp undir netverkan ímillum spírandi og blomstrandir íverksetarar innan øll øki. Eisini eigur ein mentorskipan at setast í verk, og vit eiga at seta smærri fyrirkur saman við størri. Harafturat eigur Stuðulseindin at veita eina “godfather” tænastr, har stjórar við drúgvum royndum kunnu vegleiða og veita stuðul.

Beinleiðis stuðul frá miðlunum, við hjálp frá eini “Miðlaeind” (verður lýst niðanfryri) er eisini ein tænastr, sum Stuðulseindin kann veita. Flestu verkætlanir hava tørv á ráðgeving, strategi, og marknaðarføring bæði í Føroyum og uttanlands.

Umframt at finna fram til verandi og spírandi talentir, hevur øll KS verkætlanin ábyrgdina av, at tað er ein stóðug tilgongd av nýggjum talentum og góðum hugskotum í øllum vinnugreinum, og at hugskot við góðum útlitum fáa bestu møguleikar til at gerast burðardygg. Føroyar fáa bert ein burðardyggan kappingarsamleika, um so er, at tað eydnast at fáa eitt samfelag, har innovasjón verður vird og heiðrað. Hetta skal gerast í útbúgvingskipanini, í verki, í kappingum, í miðlunum og kann gerast uppá nógvar aðrar mátar. Tað er sera týðningarmikið, at virðingin fyri innovasjón og kreativiteti er ein inngrógvinn partur av skúlagongdini. Sum er, verður nógv gjørt á hesum øki, men nú má arbeiðast meira og miðvíst.

Miðlaeindin

Hóast høvuðsendamálið við at menna kappingarsamleikan er at menna veruliga innihaldið í tí, sum vit vilja marknaðarføra, skerst ikki burtur, at Føroyar eru ikki sjónligar í altjóða miðlaheiminum. Sjálvt um

summar vinnur hava eitt hampiligt samband við altjóða miðlar, er tað heldur reaktivt enn proaktivt, og har er einki samband ímillum tann almenna og privata vinnugeiran og ímillum vinnuna sum heild.

Tað er í tøkum tíma, at ein miðsavnað føroysk Miðlaeind [*Media Centre*] verður sett á stovn. Ein slík miðlaeind hevði gjørt tað møguligt hjá øllum áhugaðum útlenskum miðlum at fingið samband við Føroyar. Fyrimunurin hevði verið, at boðskapurin um Føroyar var samskipaður á einum staði til altjóða miðlar. Í teimum førum, har talan er um neiliga umrøðu í miðlunum, hevði ein Miðlaeind havt eina krepputilbúgvingskipan, sum var før fyri at samskifta á fleiri málum. Miðlaeindin kann veita rættar upplýsingar til rætta tíð, og ein og sama boðskap frá øllum lyklaspælarum og tryggja, at altjóða miðlaheimurin umtalar Føroyar við einum greiðum boðskapi og á ein virðiligan hátt.

Neyðugt er ikki at skipa eina nýggja skrivstovu ella umsiting til endamálið. Tað ræður um at nýta tey fólk og teir bygnaðir, ið longu eru her, á ein meira miðvísan og strategiskan hátt. Miðlaeindin skal hava ábyrgd av at fylgja við í altjóða miðlum fyri at finna fram alla viðkomandi umrøðu av Føroyum, soleiðis at møguligir trupulleikar kunnu staðfestast í góðari tíð. Eindin skal gera mótátøk til neiliga umtalu og gera styðjandi átøk til jaliga umtalu. Eindin skal standa fyri okkara PR virksema úteftir og fáa útlensk tíðindafólk til Føroya at hugsa jaligt um landið og fólkid her.

Eftirsum ein av uppgávnunum hjá Miðlaeindini verður at fylgja við í altjóða miðlunum, gera kanningar og granska, hevði tað verið skilagott, um tað eisini fekk uppgávuna at gera eftirmetingarnar og hava eftirlit við KS verkætlanini sum heild. Við øðrum orðum: Miðlaeindin átti at havt ábyrgdina av øllum kanningum, sum hava til endamáls at lýsa og meta um altjóða umdømi Føroya.

Miðlaeindin kann harumframt hava uppgávuna at samskipa vitjanir av útlenskum fjølmiðlum, sum skriva um ferðavinnu, íløgur, mentan, útflutning, politikk og annað, soleiðis at viðkomandi miðlar fáa røttu upplýsingarnar, uppliva rætta gestablídni, fáa ta atgongd og ta hjálp teimum tørvar. Er tilfeingi til tess, hevði tað verið sera gott at stovna eitt “Miðlahús”, (líkt einum “Foreign Press Centre” sum eru at finna í ríkum stórbýum runt um í heiminum) har útlensk tíðindafólk kunnu vitja, arbeiða, finna upplýsingar, hjálp, gestablídni og knýta sambond.

Miðlaeindin átti eisini at kanna móguleikarnar fyri at samskipa samskiftisarbeidið ímillum VisitFaroelands.com, Uttanríkisráðið, størstu útflutningsfyrirkurnar, og tey, sum vara av kunningini um íløgumóguleikar í Føroyum, til tess at tryggja ein einsartaðan boðskap um Føroyar uttanlands. Harafturat kundi Miðlaeindin eisini havt uppgávuna at meta um góðskuna av samskiftisarbeidinum um so var, at allir partar tóku undir við, at Miðlaeindin útførir júst hesa uppgávuna. Tað eru nógvir fyrimunir: t.d. er møguligt at seta á stovn ein banka við myndum av Føroyum av høgari góðsku. Ein tílíkur banki av myndum kann vísa seg at spara nógvan pening.

Avbjóðingar og forðingar

Ein afturvendandi vending, sum eg havi hoyrt í Føroyum, er vantandi operationellu førleikarnir t.v.s. trupulleikar við at fara frá orðið til gerð og veruliga fáa ymiskt at henda. Eg má undirstrika, at hetta er ikki eindømi í Føroyum. Næstan øll lond, sum eg havi arbeitt saman við seinastu tólv árinum, hava sagt seg líða undir slíkum trekleika, tá tað ræður um veruliga innovasjón, veruligar broytingar og veruliga

handling. Hetta er partvís orsakað av teimum almennu skipanunum, sum eru galdandi í ríkum londum: Tað er ein sannroynd, at fremsta uppgávan hjá almennu fyrisingini í ríkum samfeløgum, sum eru í innanhýsis javnvág, er at forða broytingum. Tá ið viðurskiftini eru í lagi, er forðing av øllum uttan lættari betringum tað, sum sær skilabest út – her verður sjálvsagt gjørt tað stóra mistakið at halda, at ongar broytingar henda uttanfyri samfelagið.

Tað fólkalivsfrøðiliga klípi, sum bindur froyyska samfelagið saman, er ein blanding av einstaklingahugsan, sum bara førir til samanhold undir sera stórum trýsti og hóttaðum. Hetta er eitt vanligt serkenni fyri samfeløg, hvørs menning er farin fram í einum ekstremum umhvørvi. Kanska er einasti máti, at fáa fólk at draga somu línu, at vísa á eina yvirhangandi hóttað. Eg lati tað verða upp til teir froyysku myndugleikarnar at finna fram til, hvussu hetta kann fremjast í verki. Tað vísir seg ofta, at ein útlendskur arbeiðsleiðari er tað, sum skal til, fyri at fáa tingini til at henda í veruleikanum. Mítt uppskot er at útnevna ein “Minister for Doing” tvs. ein persón, sum kann tryggja, at verkætlanin verður framd í verki. Viðkomandi er ikki ein veruligur ráðharri og skal ei heldur setast av politiskum myndugleika. Talan skal heldur vera um eitt slag av leiðandi ráðgeva ella serfrøðingi. Viðkomandi má undir øllum umstøðum verða ein persónur við myndugleika.

At seta slíkt starv er í sjálvum sær ein forvitnislig søga – kanska ikki á støði við altjóða eydnusøguna um “heimsins besta starv”, men tó so mikið áhugavert, at miðlarnir høvdu tikið tað upp. Tað hevði sagt umheiminum heilt nógv um Føroyar og tess ambitióinir. Eg nevndi stutt ta neiligu almennu meiningina móttvegis Føroyum, sum av og á stingur seg upp orsakað av myndum av grindadrápi í altjóða miðlaheiminum. Í roynd og veru kunnu vit ikki síggja burtur frá hesum, eftirsum grindadráp er næstan tað einasta, sum Føroyar eru kendar fyri. Men tað, sum lond og stjórnir teirra ofta ikki viðurkenna, er, at tá almenna meiningin er so sterk og fevnir so víða sum við grindadrápi, uppførir hon seg sum eitt gosfjall. Hon brestir við buldri og braki, goysir um allar ættir og tekur alt við sær á vegnum. At billa sær inn, at ein kann stýra henni, kjakast við hana, spáa um hennara framtíðar atferð ella bara skilja hana er ein álvarssom hvørvisjón. Kemur ein brennandi streymur av lava ímóti tær, kanst tú flyta teg ella verða rivin við av glóðheitu evjuni.

Tað er ikki nógv eitt land kann gera, tá tað verður dálkað av eini tilíkari søgu í altjóða miðlunum. Landið kann roynd at avmarka skaðarnar við at røkja fjølmiðlasambond fyri at tryggja, at so nógv røtt kunning, sum møguligt kemur út og gera siðiligar afturvísingar av teimum mest grovu sleygusøgnum og ósannindunum.

Fyribyrging er nógv meira sannlík enn grøðing, og tann besta og einasta fyribyrgingin í slíkum føri, umframt at tryggja sær at tað, sum elvir til eina keðiliga søgu, als ikki hendir, er at menna tað sterkastu, ríkastu, og mest fjøltáttaðu altjóða ímyndina av Føroyum. Hetta skal gerast ígjøgnum allar møguligar rásir, alment og privat diplomati, útbúgvingarligt og mentanarligt samstarv, útlendskar íløgur og útflutningsframaátøk, menningarhjálp, ferðavinnu, ítrótt og politikk. Jú størri, ríkari og meira fjøltáttað ímyndin av einum landi er, jú, betri halda fólk seg kenna landið, fólkíð í landinum og tess stovnar, og landið verður harðført og stendur seg betri ímóti teimum neiligu tíðindunum. Í stuttum má endamálið verða, at Føroyar verða nógv meiri enn bert eitt brand.

Tað er nógv størri vandi fyri, at søgan um grindadrápið doyr út - heldur enn grindahvalurin. Ikki minst orsakað av, at fólk ikki kunnu síggja burtur frá heilsuvandanum, sum stendst av at eta grind. Ímeðan

má uppgávan at betra um umdømi landsins halda á fram við greiðum málsetningum, stórar luttøku og undirtøku úr privata- og almenna geiranum, munadyggum íløgum og enn størri orku.

Samandráttur og niðurstøða

Eg plagi at býta londini, sum eg veiti ráðgeving, upp í tveir bólkar: a) tey sum veruliga hava uppiborið eitt betri umdømi, enn tað tey hava í løtuni; og b) tey, sum ikki gera tað. Innihaldið í eini KS verkætlan vil sjálvsagt verða ymiskt alt eftir, hvønn bólk landið hoyrir til: eitt land, sum hevur uppiborið eitt gott umdømi, men hevur eitt veikt umdømi ella verður neiliga uppfatað, hevur ivaleyst ein trupulleika við samskifti. Tí eigur verkætlanin at leggja dent á at vísa fram góðskuna hjá viðkomandi landi og at samskifta rætt. Hinvegin, eitt land, sum frammandundan ikki er kent ella verður uppfatað neiligt, bara tí, at tað ikki hevur stórvægis at bjóða, krevur fleiri munadyggar íløgur og politiska leiðslu yvir eitt longri tíðarskeið fyri at vinna rættin til eitt betri umdømi.

Flestu lond eru ein blanding av hesum, og ein verkætlan um Kappingarsamleika vil sum oftast føra við sær eina neyva blanding av nýggjum innihaldi og betri samskifti. Men, tað er enn vert at gera eina meting av lutfallinum ímillum eitt uppiborið veikt ella neiligt umdømi - til eitt umdømi, sum ikki er uppiborið. Ein tílík meting kann geva eina sterka ábending um, hvat slag av arbeiði tørvur er á.

Tað er mín fatan, at Føroyar hava uppiborið eitt nógv sterkari umdømi, enn tær hava í dag: Mín fatan byggir á eina samanbering ímillum tær avmarkaðu kanningarnar, eg havi gjørt av altjóða umdømi Føroya, og mínar egnu persónligu upplivingar sum vitjandi. Eg havi upplivað Føroyar at vera betri, enn eg hevði væntað, bæði sum ferðavinnuland og sum tjóð. Eftir at hava vitjað fleiri ferðir í Føroyum ymsar tíðir á árinum, er mín meting at Føroyar hava uppiborið, og tað skuldi eisini verið møguligt, at fingið eitt umdømi, sum røkkur víða. Eg gleði meg til at vitja Føroyar aftur saman við familju míni, og eg tosi um landið við stoltleika og eldhuga. Objektívt sæð, er hetta eitt land við serstakum arvi og eini langari søgu, sum eisini hevur áhuga uttanfyri Føroyar. Harumframt hava Føroyar frítíðarhentleikar, livandi mentanarpall og ein sterkan og áhugaverdan samleika.

Føroyar hava lítið at goyma og nógv at vera erpnar av, og hetta er heilt víst eitt, sum kann vinna nógva virðing og viðurkenning frá nógvum fólki runt um í heiminum. Tit kunnu bera eina livandi frítíðarferðavinnu, vinnuferðavinnu við høgari góðsku, og eitt fjóltáttað úrval av útflutningsvørur og ein sterkan útbúgvingar- og mentanargeira. Men kappingin er hörð, og fólk hava ikki nógva tol ella tíð til at seta seg niður at læra eitt nýtt land at kenna. Meira og betri samskifti um Føroyar má uttan iva verða partur av eini tilgongd, hvørs endamál er at fáa fleiri vitjandi til landið. Sjálvt størstu og týðningarmiklastu londini mugu gera nógva um seg fyri at verða hoyrd ímillum fleiri túsund onnur støð, sum eisini royna at tekkjast og fáa uppmerksemi frá møguligum ferðafólki.

Og tó, størst týðning hevur tað, at Føroyar tekur á seg ábyrgd av sínum altjóða umdømi og fær nakrar einfaldar og nýggjar skipanir til tess at seta í verk tey uppskot, sum eg havi sett fram í hesi frágreiðing. Mítt uppskot er, at ein Kappingarsamleikadeild er bygd upp av fyra eindum (sum kunnu vera stórar ella lítlar, veruligar ella virtuellar, treytað av tilfeingið og eftir tørv): ein **Magnet**, sum skal peika á tey bestu hugskotini og mest talentfullu fólkinum og fyrítøkurnar í Føroyum. Ein **Hugskotsverkstaður**, sum skal menna nýggj sosial, politisk, teknologisk, útbúgvingarlig hugskot og veita kreativitet til tey lokalu

talentini, sum **Magnetin** hevur útpeikað; ein **Stuðulseind**, sum kann nøra um talentini og tær verkætlanir og veita teimum útgerð, so tey kunnu vaksa og blóma - bæði heima og á altjóða pallum; ein **Miðlaeind** sum kann gera markamótið ímillum Føroyar og altjóða miðlarnar meira effektivar og meira professionelt.

Í vanligari merking hava Føroyar tørv á trimum grundleggjandi førleikum til tess at seta í verk hesa torføru uppgávu; dirvi, hugflog og áhaldni. Dirvi skal til fyri at taka stig, har vágin er lutfallsliga stórur í mun til, hvussu torfør uppgávan er, og tá hugsað verður um, hvussu stór kappingin er á altjóða marknaðum; hugflog er neyðugt til tess at verða snildari heldur enn til fánýtis at gera eina roynd at brúka meiri pening enn tað tínir nógv betri útgjørdu og sterku kappingarneytar nýta; ogáthaldni er avgerðandi neyðugt fyri at skilja, at menning av eini ímynd snýr seg nógv meira um boðrenning heldur enn sprintararenning. Tí at uppbyggja eitt umdømi tekur langa tíð.

Føroyar mugu áhaldandi spyrja seg sjálvar “hvat gera vit nú?”. Eitt symbolskt átak kann bert opna eina rás fyri samskifti við móttakaran. Tað næsta symbolska átakið, kann fyrireika móttakaran til at broyta meining, um tað kemur í kjalarvørrinum av tí fyrsta og sigur somu søguna, men á ein annan hátt. Eitt triðja symbolskt átak kann kanska vekja áhuga í landinum í eina avmarkaða tíð, men tað dettur alt niðurfyri, um tað ikki verður fylgt við einum fjórða, fimta, og so framvegis út í tað óendaliga.

Er tað møguligt at varðveita hesa orkuna og visjónina yvir longri tíðarskeið? Kann føroyska fólkið halda seg til ta einu søguna og liva hana í áravís í eygunum hjá almenninginum?

Eg vænti, og vóni, at tey kunna.