

Alle snakker om bærekraft, mange vil bidra, men hva skal vi gjøre?

## Ny YouTube-satsing om bærekraft og klima med norske influensere

En ny norsk YouTube-satsing av unge og for unge blir lansert til høsten. Kanalen tar utgangspunkt i FNs 17 bærekraftsmål og skal vise frem løsninger og muligheter.

Norske influensere var sist uke invitert til Masterclass i bærekraft i Oslo for å lære om, diskutere og formidle hva de er mest opptatt av. Nordic Screens og Pure Consulting står bak satsningen. Fritt Ord støtter initiativet.

### Nytenking nødvendig

- Det begynner å bli mye god informasjon og fakta om hva som kreves for en bærekraftig utvikling i de tradisjonelle mediene, men de unge er ikke på tradisjonelle medier, så derfor må vi tenke nytt, sier gründer av Pure Consulting, Stine Liste Hattestad Bratsberg.

Pure har jobbet med FNs bærekraftsmål siden 2015, og interessen som har kommet de siste to årene er enorm.

- Fra lite interesse til at «alle» vil lære mer og være en del av løsningen. Næringslivet med de største aktørene går i front, men også i offentlige virksomheter og i kommuner jobbes det mye med bærekraftige løsninger, sier hun.

### Morsomt å se på og faglig forankret

- Det vi trenger er optimistisk innhold som viser at det nytter. Det skjer utrolig mye viktig og bra. Sammen skal vi skape et videounivers med innhold på norsk på ungdommens egen videoplattform, der influensere er med og spiller en viktig rolle, sier daglig leder Nils Ketil Andresen i Nordic Screens.

-Historiene og fortellingene må være underholdende slik at de unge ser på fordi de har lyst, men også så bra at lærere får lyst til å bruke videoene i undervisningen, sier Andresen.

- Informasjon og kunnskap er den viktigste kilden til forståelse og handling, så her har vi alle et ansvar. Dette må vi gjøre noe med sammen, sier daglig leder Nils Ketil Andresen i Nordic Screens.

### Mye å lære, mye å dele

FN har vedtatt 17 bærekraftsmål og 169 delmål som verden er blitt enige om. Før helgen fikk influenserne møte flere eksperter på flere av målene og fikk oppdatering av kunnskapen, og mulighet til å diskutere og stille spørsmål. Temaene som var oppe til diskusjon var blant annet hva som ligger i bærekraft-begrepet, klimaendringer og havet, og eksempler på hvordan vi kan kommunisere rundt bærekraft. Masterclassen tok også tak i store spørsmål som hvordan vi alle kan bidra til mer bærekraftige byer, bærekraftig produksjon og forbruk, og hvordan øke likestilling mellom kjønn, og skape mindre ulikhet.

Arrangementet er det første av flere kunnskapsforum som skal arrangeres gjennom den nye satsningen.

### To ledende kompetansemiljø

Det er to ledende kompetansemiljø som står bak satsningen. Nordic Screens jobber med videokommunikasjon med målgruppen under 30 år. Pure Consulting har jobbet aktivt med FNs bærekraftsmål som rammeverk for norsk nærings- og samfunnsliv siden 2015.

