

--	--

Ansøgningskema til CISUs Oplysningspulje

A. Basale informationer om ansøger og aktivitet

Navn på den ansøgende organisation			
Adresse	Nørrebrogade 52C, 2. tv., 2200 København N		
Telefon	3535 9232	E-mail	info@afrika.dk
Hjemmeside	www.afrika.dk	Evt. Facebook, blog, YouTube kanal, Flickr etc.	www.facebook.com/Afrikakontakt?ref=bookmarks www.twitter.com/Afrikakontakt www.instagram.com/afrikakontakt
Medlem af CISU?	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nej	Hvis nej, skriv j.nr. fra tidligere bevilling(er) fra Civilsamfundspuljen	
Navn på kontaktperson	Sofia A. Hansen		
E-mail	sofia@afrika.dk info@afrika.dk	Telefon	+4561411255

Titel på aktiviteten	Demokratisk Mobilisering		
Startdato	1. December 2014	Slutdato	1. Juli 2015
		Antal måneder	7
Ansøgt beløb	30.000		
Er der tale om en genansøgning?	<input checked="" type="checkbox"/> Nej <input type="checkbox"/> Ja Hvis ja, angiv j.nr.:		
Resumé af oplysningsaktiviteten (maks. 10 linjer):			
Afrika Kontakt ønsker at søge om støtte til produktionen af en kort animationsfilm, der vil belyse temaet for vores næste informationsindsats "Demokratisk Mobilisering", via en række af vores partners eksempler og historier om deres kamp for sociale, økonomiske og politiske rettigheder. Vi søger dels om støtte til produktionen af videoen, og dels til en målrettet og strategisk promovring af denne på det sociale medie Facebook.			

Dato

Ansvarlig person (underskrift)

Sted

Ansvarlig person og position (blokbogstaver)

B. Aktiviteten

1. AKTIVITETEN.

På Afrika Kontakts seneste partnerseminar i foråret 2014 blev det i tæt samarbejde med vores partnere besluttet, at vi i Afrika Kontakt skal styrke kampagne- og informationsarbejdet i Nord igennem to kampagner hvert år, der skal supplere de mindre ACT NOW-kampagner (dagsaktuelle underskriftsindsamlinger og protestbreve som adresserer de overgreb, vores partnere løbende rapporterer om) og det løbende informationsarbejde i øvrigt. I forlængelse heraf er der blevet etableret en kampagnegruppe, der i modsætning til vores projektgrupper udelukkende fokuserer på kampagne- og informationsarbejdet. Kampagnegruppen arbejder netop nu på fuldbyrdelsen af den anden i rækken af sådanne kampagner under titlen *Stop Ocean Grabbing – Vores hav er ikke til salg*.

I begyndelsen af det nye år går vi ind i arbejdet med forårets kampagne, der vil udfolde sig under temaet *Demokratisk Mobilisering*. Afrika Kontakt og vores partnere arbejder for politisk, social og økonomisk retfærdighed, og dette gør vi ved netop at mobilisere os og tale for en demokratisering af politiske og økonomiske systemer. Formålet med denne informationsindsats vil således være at give vores partnere en stemme i Nord, og derved bidrage til at sætte afrikanske sociale bevægelsers kampe på dagsordenen i Danmark. Herved ønsker vi at udfordre den stereotype, problematiske og fejlagtige fordom om de passive og svage afrikanere som hjælpeløse modtagere af nødhjælp. Vi vil præsentere danskerne for en anden sandhed – en sandhed om, at der er mange afrikanere, der kan og vil udvikle deres samfund på deres egne præmisser, og at dette ofte sker under meget svære betingelser. Dette vil vi gøre via et samarbejde mellem Zimbabwe-, Mozambique- og Swaziland-arbejdsgrupperne i AK og i dialog med deres partnere, der alle arbejder med demokratisk mobilisering i disse lande.

Vores partneres kamp for rettigheder ønsker vi at knytte op på en dansk kontekst i form af den for nyligt øgede og efter vores mening usolidariske og snæversynede tendens til at nedprioritere udviklingsbistanden i dansk politik. Dette vil vi gøre ved at oplyse danskerne om, at udviklingsbistanden ikke blot er en hjælpende hånd til fattige mennesker på den anden side af jorden, men også kan og bør være en langsigtet, solidarisk støtte til aktive mennesker, der sætter livet på spil for at demokratisere deres samfund og sikre deres rettigheder. Vi ønsker at fortælle, at udviklingsbistand nytter, fordi demokratisk mobilisering kan skabe politisk forandring – en forandring, der er forudsætning for at bekæmpe fattigdom og ulighed. Men også, at nogle af de udfordringer, som vores partnere møder i Syd, er direkte konsekvenser af politikker i Nord, hvorfor vi hverken kan eller bør fraskrive os ansvaret for at tage stilling og engagere os.

Dette vil vi forsøge at formidle igennem produktionen af en kort animationsfilm (cirka halvandet minut), der oplyser om demokratisk mobilisering, med afsæt i en række af vores partneres erfaringer og historier. Vi har rigtig gode erfaringer med at oplyse ved brug af sådanne animationsfilm, af hvilke denne vil blive den tredje i rækken (de tidligere kan findes på vores hjemmeside www.afrika.dk under fanen 'Kampagner'), og har formålet at få mange visninger på trods af et lille budget. Vi mener, at det er et nyttigt og effektivt værktøj, der på forståelig vis kan belyse en kompleks problemstilling på en måde, der fanger vores modtagere og skaber debat. I forlængelse af filmen vil vi oprette en informationsbase samt underskriftsindsamling på vores hjemmeside, så man kan lære mere om emnet og engagere sig ved at skrive under. Kampagnen bliver hermed både oplysende og handlingsmoterende.

2. SUCCESKRITERIER.

I arbejdet med denne kampagne vil vi stræbe efter at opnå to realistiske og kvantificerbare mål, som baserer sig på de erfaringer, vi hidtil har gjort os: 8.000 afspilninger af vores film, og 1000 underskrifter. Disse mål vil vi forsøge at opnå ved at målrette vores kommunikation, bl.a. ved at bruge en del af budgettet på en strategisk og målrettet promovning på den sociale platform Facebook.

3. LÆRINGSMÅL.

Vi har for nyligt fået en stærk kampagnegruppe bestående af ti-tolv engagerede og dygtige frivillige op at stå. Dette garanterer en vidensopsamling – at de erfaringer, vi gør os med en oplysningsindsats i samarbejde med én eller flere af projektgrupperne ikke går tabt, men bliver taget med videre til den næste informationsindsats. Vi ønsker at lære endnu mere om, hvordan vi sikrer at få vores budskaber igennem på forståelig men nuanceret vis. Vi forsøger hele tiden at blive bedre til at formidle vores arbejde og målrette vores kommunikation, og vi bliver bedre til det for hver oplysningsindsats vi foretager os. Udover det frivillige engagement er vi i arbejdet med den nuværende såvel som den kommende kampagne så heldige at have en kommunikationspraktikant til rådighed, der fungerer som tovholder for kampagnegruppen og oplysningsarbejdet i øvrigt. Praktikanten sidder dermed med det store overblik og ansvaret for kommunikation på tværs. Vi er ved at finde former for vores kampagnearbejde, som gør det meningsfuldt for de aktive at identificere sig med kampagnearbejdet. Vi ser det som en succes at kunne tiltrække de aktive, der ellers kan være meget projektorienterede. Vi ønsker med denne kampagne også at styrke projektgruppernes fælles identifikation med Afrika Kontakt og det vigtige oplysningsarbejde. Netop derfor har vi valgt temaet ”Demokratisk Mobilisering”, da det er bredt og går på tværs af grupperne, således at alle aktive kan se sig selv i kampagnen. Dette skaber grobund for samarbejde på tværs af projektgrupperne og en styrket fælles identitet. Erfaringerne fra denne indsats vil indgå i Afrika Kontakts interaktive informations- og kampagnemanual, som de aktive kan bruge som inspiration og værktøjskasse i deres arbejde.

4. MÅLGRUPPE.

Den primære målgruppe for kampagnen er politisk og globalt interesserede danskere i alle aldre, der på ugentlig basis benytter af sig af de sociale medier. Herunder særligt folk, der engagerer sig i foreningsaktiviteter så som studenterorganisationer, fagforeninger og interesseorganisationer (ca. 350.000, hvoraf 8.000 vil se videoen). Vi ønsker at komme i kontakt med netop denne gruppe, da vi mener, at de vil kunne relatere til de problemstillinger og løsninger, vi ønsker at belyse med denne informationsindsats. Denne gruppe vil derfor forhåbentligt også være mulige at engagere i sagen. Ved at henvende os til folk igennem netop de sociale medier, får vi mulighed for at målrette vores kommunikation igennem en segmentering af forskellige under-målgrupper baseret på folks profil, interesser og interaktion på den sociale platform Facebook, hvilket vi har gode erfaringer med, idet vi fra vores tidligere kampagner ved, at det er realistisk at nå denne målgruppe via Facebook.

5. TEMAER.

Temaet "Demokratisk Mobilisering" vil netop – med afsæt i konkrete eksempler og fortællinger fra vores partneres daglige kamp for deres rettigheder og et bedre samfund – adressere nogle af de bagvedliggende, politiske årsager til ulighed og fattigdom, som beskrevet indledningsvis. Heri ligger også, som nævnt, en anden fortælling om afrikanerne, der ikke blot er offergørende, men netop mere konstruktiv, idet vi vil give en stemme til de mange aktive afrikanere, der kæmper for at forbedre egne såvel som medborgeres livsvilkår. Vi ønsker med denne oplysningsindsats at sætte vores partnere i centrum, og kampagnen vil således blive udformet i et samarbejde mellem en række af projektgrupperne, der er i regelmæssig dialog med partnerne og kan videreformidle deres historier og kan sætte dem i en dansk kontekst. I dialog med partnerne vil vi forsøge at gøre deres historier nærværende og vedkommende, ved brug af eksempelvis citater og billeder. Det brede tema vil således undervejs blive formet og indsnævret i samarbejde med vores partnere, og i overensstemmelse med, hvad der er mest aktuelt for dem – såvel som på den danske politiske scene – på daværende tidspunkt.

6. PLANLÆGNING.

Kampagnegruppen og kommunikationspraktikanten vil have det endelige ansvar for udførelsen af kampagnen, men undervejs samarbejde tæt med de tre projektgrupper, der vil sikre en tæt og regelmæssig dialog med partnerne. Afrika Kontakts aktive vil blive involveret fra begyndelsen af kampagnearbejdet via et fælles møde i december, hvor det overordnede tema vil blive præsenteret og diskuteret, hvorpå yderligere grupper kan vælge at engagere sig, såfremt de har tid og lyst. I løbet af januar vil de indledende kampagnemøder med deltagelse fra de involverede grupper finde sted, hvor grupperne som nævnt vil være i løbende og tæt dialog med partnerne. I februar/marts vil vi arbejde med at producere animationsfilmen i et samarbejde mellem de aktive og vores grafiker (med praktikanten som tovholder), samt forberede yderligere informationsmateriale (skrive artikler til vores hjemmeside, udforme tekst til underskriftsindsamling mv.). I april vil vi lancere kampagnen, som vil køre videre og blive promoveret i løbet af maj. I begyndelsen af juni afvikles kampagnen, hvorpå der vil følge en grundig evaluering af samarbejdet og resultaterne. Kampagnen vil være afsluttet ved udgangen af juni.

Foreløbig tids- og aktivitetsplan:

- December/ januar: Intern proces, inddrager de aktive, sikrer dialog med partnerne.
- Februar/marts: Forbereder materiale.
- April/maj (op til 1. maj): Kampagnen kører.
- Juni: Afslutning og evaluering.
- 1. Juli: Afsluttet.

7. KOMMUNIKATION.

Internt vil vi formidle kampagnen igennem et indledende fællesmøde for alle aktive, hvor alle grupper vil være repræsenteret, hvilket sikrer, at alle er opmærksomme på kampagnen og sat ind i tematikken. Efterfølgende vil vi opdatere løbende ved brug af vores interne nyhedsbrev for aktive, samt interne facebook-gruppe, fx når der bliver behov for at hjælpe med at promovere videoen på facebook.

Eksternt vil vi promovere videoen og kampagnen i øvrigt ved brug af de sociale medier, hvor vi som nævnt vil anvende strategisk målretning og en del af midlerne på at sikre, at vi får videoen ud til de rigtige målgrupper. Vi vil også forsøge at benytte os af, at vi er mange (over hundrede) engagerede aktive, og bede alle om at dele og like filmen på facebook, såvel som sprede budskabet i den virkelige verden. Netop derfor er det også vigtigt for os at sikre en høj grad af identifikation med oplysningsindsatsen. Sidst men ikke mindst vil vi forsøge at sprede budskabet yderligere ved at tage kontakt til de relevante medier, og forsøge at få udgivet en række af artikler, der belyser emnet.

C. Budget

	Kr.
Angiv det samlede budget for aktiviteten (dvs. både bidrag fra Oplysningspuljen og bidrag fra andre)	30.000
Heraf bidrag fra Oplysningspuljen (max kr. 30.000)	30.000
Heraf eventuelle andre finansieringskilder, herunder organisationens eller partnerens eventuelle egne bidrag (delfinansiering)*	

*Hvis delfinansieringen på ansøgningstidspunktet ikke er sikret, skal I her beskrive, om I vil eller hvordan I kan gennemføre aktiviteten, hvis det ikke lykkes at skaffe midlerne fra andre kilder.

Finansieringsplan

Udgiftsposter	Samlet budget	Heraf Oplysningspuljen	Heraf andre
Produktion af animationsfilm	20.000		
Promovering af animationsfilm (med henvisning til yderligere information samt underskriftsindsamling)	10.000		
TOTAL	30.000		

Skriv hver udgiftspost i tabellen. Sæt gerne flere linjer ind. Posterne kan fx være transport, leje af udstyr, leje af lokaler, trykning, grafisk arbejde, honorar til personer uden for foreningen osv.

Bankoplysninger

Her bedes I anføre, hvilken konto en eventuel bevilling skal indsættes på.

