

--	--

Ansøgningskema til CISUs Oplysningspulje

A. Basale informationer om ansøger og aktivitet

Navn på den ansøgende organisation	Viva		
Adresse	Klostergade 34, 3. sal		
Telefon	40 23 19 42	E-mail	info@viva.dk
Hjemmeside	www.viva.dk	Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc.	www.facebook.com/vivadk
Medlem af CISU?	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nej		
Navn på kontaktperson	Arne Kristensen		
E-mail	ark@viva.dk	Telefon	30 23 19 43

Navn på samarbejdspartner			
Adresse			
Telefon		E-mail	
Hjemmeside		Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc.	

Indsæt og udfyld en tabel for hver af jeres samarbejdspartnere.

Titel på aktiviteten	Klassens time i Bangladesh - foredragskampagne med fokus på uddannelse i Bangladesh.				
Startdato	1. december '14	Slutdato	1. december '15	Antal måneder	12
Ansøgt beløb	10.000				
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):					
<p>Oplysningskampagne om Bangladesh med fokus på børn og unges vilkår – herunder særligt fokus på uddannelse.</p> <p>Aktiviteten henvender sig til to forskellige målgrupper i form af forskelligartet foredragsvirksomhed; henholdsvis regulære foredrag for målgruppen 18+ og derudover temaaftener, som tilbydes børneklubber, konfirmandundervisning ol., hvor målgruppen derved vil være 8-15 år.</p> <p>Foredragene vil have Reframing i højsædet og sigte mod at skabe global bevidsthed og ansvarlighed hos modtagergruppen.</p>					

28.10.2014

Dato



Ansvarlig person (underskrift)

Aarhus

Sted

Arne Kristensen, leder Viva

Ansvarlig person og position (blokbogstaver)

B. Aktiviteten

1. **AKTIVITETEN. Giv en kort beskrivelse af, det I søger om støtte til**

- 1.1. *Hvad er formålet med aktiviteten?*
- 1.2. *Hvorfor er det vigtigt? Og hvorfor skal den realiseres nu?*
- 1.3. *Hvad består aktiviteten af?*
- 1.4. *Hvordan hænger aktiviteten sammen med foreningens øvrige arbejde?*
- 1.5. *Inddrager I erfaringer fra tidligere oplysningsaktiviteter i planlægning af aktiviteten?*

1.1: Formålet med aktiviteten

Formålet er at nuancere den generelle danskers opfattelse af tilstanden i Syd igennem foredragsvirksomhed, som sætter fokus på børn og unges situation. Og særligt at synliggøre forskellen i uddannelsesmuligheder i Syd i forhold til Danmark over for danske børn og unge.

1.2: Hvorfor? Og hvorfor nu?

I tråd med Reframing the message og 2015 målene er denne aktivitet vigtig på nuværende tidspunkt. Vi har i efteråret haft en enkelt foredrags-aktivitet for en yngre målgruppe end normalt – og med den erfaring i rygsækken vil vi nu forsøge at satse mere målrettet på denne målgruppe, da de i lige så høj grad bliver påvirket af mediernes skildring af situationen i Syd. Og igennem børnene tror vi på, det er muligt at få forældrene i tale og forhåbentlig også påvirke til handling. Herudover er vores arbejde i Viva generelt mest fokuseret på Central Amerika, men vi vil gerne gøre en ekstraordinær indsats i forhold til at nuancere billedet yderligere ved at få vores samarbejdspartnere i Bangladesh i spil.

1.3: Indhold

Aktiviteten består af forskelligartet foredragsvirksomhed:

3-4 offentlige arrangementer, hvor modtagergruppen er 18+, hvor det generelle perspektiv omkring uddannelse vil spille en stor rolle, hvor Bangladesh vil være det specifikke eksempel herpå. Arrangementet vil være et regulært foredrag, hvor der undervejs vil være kulturelle indspark i form af bengalsk mad ol.

6-7 temaaftener i forskellige børne- og ungdomsforeninger, hvor udgangspunktet vil være Bangladesh, kulturen, forskelligheden i forhold til Danmark og børns muligheder og begrænsninger. Temaaftenerne vil være en sammenblanding af billedreportage, smags-oplevelser og konkrete historier. Aktiviteterne vil geografisk finde sted over hele landet.

1.4: Sammenhæng med øvrigt arbejde

På nuværende tidspunkt bliver der afholdt en del foredrag omhandlende Honduras og de specifikke problemstillinger dér. Derfor ønsker vi nu at sætte fokus på Bangladesh, hvor vi også har samarbejdspartnere. Foredragskampagnen hænger sammen med det øvrige arbejde, da vi ønsker at inddrage frivillige i processen og gør nytte af det eksisterende foredragsteam.

1.5: Tidligere erfaringer

Der er tidligere arbejdet konkret med foredragsvirksomhed med udgangspunkt i Honduras og Nicaragua, så der er en del erfaringer at trække på, hvilket gør indsamlingen af materiale mere konstruktiv, da materialet omhandlende Honduras og Nicaragua er afprøvet. Grunden til, at vi ønsker at sende en frivillig til Bangladesh for at indsamle materiale, er, at processen bliver mere sammenhængende, hvorved vi fra begyndelsen har mulighed for at arbejde målrettet hen mod at være orienteret mod modtagergruppen, som for en lokal vil være fuldstændig ukendt. Derfor søges pengene til selve indsamlingsfasen til rejseudgifter for en erfaren frivillig, der kan være med i alle faser af kampagnen; fra fotografering til materialefremstilling og foredragsafholdelse.

2. SUCCESKRITERIER. Beskriv konkret hvad I vil opnå med aktiviteten

- 2.1. Beskriv de kriterier der skal være opfyldt, for at I har nået jeres mål med aktiviteten.
- 2.2. Hvordan vil I måle om succeskriterierne er opfyldt?

2.1: Målkriterier

9-11 arrangementer med omkring 350 deltagere.

Engagement hos tidligere Bangladesh volontører.

Fokus på Bangladesh på Vivas Facebook side.

Skabe global bevidsthed blandt tilhørerne.

Igennem foredragene få dannet en materialedatabase, der kan udnyttes til at nuancere perspektivet omkring uddannelsesmuligheder og begrænsninger i Syd.

Antallet af arrangementer er minimumskriteriet. Vi oplever ofte, at de frivillige bliver grebet af at fortælle, og at én aftale kan føre nye mulige aftaler med sig, som det er op til de frivillige at gribe. Én af de frivillige, der har tilkendegivet, at hun gerne vil være med i projektet, har på eget initiativ rundet 20 foredrag på halvandet år.

2.2: Evaluering af kriterierne

Optælling i forbindelse med arrangementerne

Forholde os til om kontaktfladen til tidligere Bangladesh volontører er blevet tydeligere.

På nuværende tidspunkt er Bangladesh ikke tydeligt repræsenteret i nyhedsstrømmen på Facebook, så derfor vil det være tydeligt at se en ændring i kampagne-perioden og forhåbentlig også efterfølgende.

Den globale bevidsthed er svær at måle og veje, hvorfor det tydeligste tegn i disse tilfælde vil være responsen i forbindelse med aktiviteten, hvorfor de frivillige foredragsholdere skal være gode til at skabe plads for dialog efter endt oplæg.

3. LÆRINGSMÅL. Opstil de læringsmål I har for aktiviteten

- 3.1. Hvad ønsker I at blive klogere på med aktiviteten? Skriv gerne flere læringsmål(og husk at de skal være realistiske).
- 3.2. Hvordan vil I sikre opsamling og videndeling fra aktiviteten i jeres forening? Og hvem er ansvarlig?

3.1: Læringsmål

Igennem kampagnen vil vi gerne udfordre de frivillige til at kunne formidle et reformat budskab til forskellige målgrupper, hvor særligt de 8-15 årige er nye modtagere i oplysningsøjemed.

Vi vil gerne afprøve, om det ekstraordinære fokus på Bangladesh kan genere engagement i det frivillige netværk.

3.2: Videndeling i foreningen

Den ene af de frivillige sidder med i foredragsteamet, hvorfor der naturligt vil blive opstå vidensdeling på tværs af organisationen.

Lisbeth Plougmann er ansvarlig for at samle op, når afrapportering har fundet sted.

4. MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til

- 4.1. Hvem er det vigtigst, at I får i tale med aktiviteten? (Vær gerne meget specifik i jeres beskrivelse af målgruppen).
- 4.2. Hvordan appellerer I til den målgruppe?
- 4.3. Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten?

4.1: Målgruppe

Målgruppen er som beskrevet tidligere opdelt i to grupper, hvor den ene gruppe er Vivas typiske modtagergruppe, der er 18+. Denne gruppe er altid vigtig at få i tale for Viva i henhold til at skabe en generel dialog omkring vores ansvar og mulighed for at skabe forandring i Syd.

Den anden gruppe er en del yngre og ønskes i tale for som nævnt tidligere at kunne påvirke børnene til at tænke globalt – og igennem foredragskampagnen at tage ansvar for at viderebringe et reframet budskab, så det kan gribes af børn og unge.

4.2: Appel

Appellen til målgruppen 18+ går direkte igennem 2015-målene og tilstanden i Bangladesh i forhold til det danske uddannelsessystem – det betyder ikke, at appellen skal gå igennem dårlig samvittighed, men derimod være en øjenåbner og et ønske om at skabe dialog om, hvad vi i DK kan gøre for at forandre vilkårene for udsatte børn og unge.

Den yngre målgruppe skal appelleres til igennem billeder og smagsoplevelser, så temaet bliver vedkommende for dem. Derfor skal der også være konkrete øvelser fra det bengalske skolesystem, så de kan forholde sig til, hvordan det er at gå i skole et sted langt væk fra Danmark.

4.3: Udbytte

Have kendskab til uddannelsessystemet i Bangladesh – og til generelle problemstillinger i Syd angående fattigdom og ulighed.

Have fået et udgangspunkt for at tale med andre om disse udfordringer.

For den yngre målgruppe er det væsentligste output, at de har fået et kig ind i Syd med Bangladesh som det konkrete vindue.

Kampagnen skal gerne give målgruppen en responsmulighed, så de på konkret vis kan se, hvordan de som forening og enkeltindivider kan gøre en indsats på den lange bane.

5. TEMAER. Beskriv hvordan I arbejder med de fire punkter nedenfor (hvis I gør det)

5.1. Hvordan inddrager I jeres partner i Syd planlægning og gennemførelse af aktiviteten?

5.2. Hvordan fortæller I om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed?

5.3. Hvordan formidler I 2015-målene og en post-2015-dagsorden?

5.4. Hvordan arbejder I med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber?

5.1: Inddragelse af partner i Syd.

Indsamlingen af materiale vil ske i samarbejde med partneren i Syd.

Selve udførelsen af aktiviteten kommer til at være båret af frivillige i Danmark, som kender partneren og forholdene i Bangladesh.

5.2: Det store perspektiv

De strukturelle årsager til fattigdom og ulighed er en stor størrelse at skulle formidle til børn og unge, men vi tror dog stadig på, det vil være muligt at nuancere medie-billedet ved at fortælle om korruption ol. i børnehøjde.

5.3: 2015

Aktivitetens fokus på uddannelse falder i naturlig forlængelse af 2015-målene – hvorved det vil give mening konkret at kommentere på, hvor Bangladesh befinder sig i forhold til den generelle udvikling hen mod 2015 målene.

Selv om Bangladesh har bedre uddannelsesvilkår end andre steder i Syd, er Bangladesh dog stadig interessant, da mulighederne for piger er særligt udfordret, hvilket giver os en mulighed for at bringe højaktuelle Malala i spil.

5.4: Løsningsorienterede og konstruktive vinkler

Generelt er Vivas oplysningsarbejde fokuseret på at formidle løsningsorienteret og med udgangspunkt i principperne fra Reframing the Message, hvorfor "Klassens time i Bangladesh" ikke vil være nogen undtagelse. Oplysningsaktiviteten vil ud over sit specifikke fokus på Bangladesh også brede perspektivet ud og udfordre modtageren til at nuancere billedet af tilstanden i Syd ved også at sætte fokus på succeshistorien og det håb, der også er at finde i Syd.

De frivillige, der på nuværende tidspunkt har meldt sig på banen i oplysningskampagnen, har alle deltaget på Reframing kurser og har foredragserfaring.

6. PLANLÆGNING. Skriv gerne i punktform (tids)planen for gennemførelse af aktiviteten

- 6.1. Tidsplan for aktiviteten, herunder hvilken grad af frivilligt engagement og bidrag i forventer.
- 6.2. Beskriv aftaler med Syd-partner og evt. andre organisationer i Danmark om aktiviteten.
- 6.3. Næste vigtige skridt efter en evt. bevilling.

6.1: Tidsplan

December 2014:

Indsamling af information og konkrete historie samt billedmateriale i Bangladesh.

Udføres og koordineres af Lisbeth Plougmann, frivillig.

Januar – februar 2015:

Redigering og grafisk opsætning af materiale til brug under kampagnen.

+ endelige aftaler om temaaftner indgås.- frivillige

Marts – november 2015

Foredrag og temaaftener afholdes.- båret af frivillige.

6.2: Aftaler med Syd-partner

Der er indgået aftaler med Viva Danmarks samarbejdspartner i Bangladesh, som vi har samarbejdet siden 2003, hvor samarbejdet har bestået i kapacitetsopbygning af tre lokale skoler, fundraisings- og oplysningsaktiviteter i Danmark.

Der har løbende været udsendt danske frivillige til projektet – og det er disse frivillige, vi ønsker at engagere i kampagnen.

6.3: Næste vigtige skridt

Kontakte konkrete børne- og konfirmandklubber og gøre opmærksom på muligheden for en tema-aften med henblik på at indgå en konkret aftale i begyndelsen af 2015.

Lave flere forhåndsftaler med frivillige, der kunne have lyst til at medvirke i kampagnen.

7. KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktivitet

- 7.1. Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen?
- 7.2. Hvordan kommunikeres udadtil om aktiviteten?
- 7.3. Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres ud?

7.1: Intern kommunikation (Ansvarlig: Gitte Hjul – frivillig teamleder i foredragsteam)

Brug af facebook-gruppe til foredragsteam.

Brug af Facebook-side til at gøre opmærksom på arrangementerne.

Aftaler med tidligere Bangladesh-volontører om at dele videre til eget netværk.

7.2: Ekstern kommunikation (Ansvarlig: Lisbeth Plougmann – studentermedhjælper og frivillig)

1. marts:

De offentlige arrangementer sættes i kalenderen på www.viva.dk

Pressemeddelelse vedrørende arrangementerne udsendes. (Kristeligt Dagblad, Altinget, U-landsnyt og relevante lokalaviser)

Hele perioden:

Der tages billeder i forbindelse med de forskellige aktiviteter – disse deles på både Impact- og Viva facebooksiderne, hvor der gøres opmærksom på næste aktivitet.

Opsøgende arbejde i forbindelse med at indgå aftaler med børneklubber ol.

7.3: Medierne

Der er ikke indgået nogle konkrete aftaler med medierne, men vi er villige til at stille op, hvis det bliver aktuelt – og har gode kontakter, fordi vi har medvirket i eksponeringen af "The Slum Challenge".

C. Budget

Læs venligst vejledningen på forreste side af ansøgningsskemaet inden I udfylder budgettet.

	Kr.
Angiv det samlede budget for aktiviteten (dvs. både bidrag fra Oplysningspuljen og bidrag fra andre)	20.000
Heraf bidrag fra Oplysningspuljen (max kr. 30.000)	10.000
Heraf eventuelle andre finansieringskilder, herunder organisationens eller partnerens eventuelle egne bidrag (delfinansiering)*	Delfinansiering gennem organisationen selv.

*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
Rejseudgifter i forbindelse med indsamling af materiale:			
Flybillet	5200	4000	1200
Rejseforsikring	800	0	800
Kost + logi	2900	0	2900
Transportudgifter i Bangladesh	600	0	600
Leje af kamera	1000	0	1000
Foredragsvirksomhed i DK:			
Kampagnematerialer	2500	1500	1000
Lokaleleje	5000	2500	2500
Transportudgifter	2000	2000	0
TOTAL	20.000	10.000	10.000

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.