

2021

OTTE MÅDER AT ENGAGERE DANSKERE I GLOBAL UDVIKLING

Inspiration fra det danske civilsamfund



Foto: Designers Without Borders SA, Robyn Do Toit



CISU CIVILSAMFUND
I UDVIKLING



Foto: Bhutan Centre for Media and Democracy (BCMD), Venskabsforeningen Danmark-Bhutan

*CISU – Civilsamfund i Udvikling,
Klosterport 4X 3.sal, 8000 Aarhus C
www.cisu.dk
TEL: +45 86 12 03 42
cisu@cisu.dk*

*"Otte måder at engagere danskere i
global udvikling - Inspiration fra det
danske civilsamfund" er udgivet og
redigeret af CISU – Civilsamfund i
Udvikling. Teksten er forfattet af Sarah
Borger, selvstændig kommunikatør.*

Oktober 2021

INTRODUKTION	5
INTERAKTIV LÆRING	6
SKABELSE AF KUNST	8
INTERESSEFÆLLESSKABER.....	10
IDENTIFIKATION Gennem VIDEO	12
INTERAKTIV FORMIDLING	14
BØRN FORMIDLER.....	16
SAMSKABELSE	18
HURTIGE IDEER.....	20



Foto: Anette Sønderby



INTRODUKTION

Engagement er på alle måder afgørende for succesfuldt udviklings samarbejde og selve fundamentet for civilsamfundsorganisationers arbejde med global udvikling. Folkeligt engagement er borgernes fælles aktive handlinger for at skabe positive forandringer. Motiveret af samhørighed og solidaritet er det en forudsætning for at udvikle handlemuligheder og fælles løsninger for en bæredygtig verden.

Folkeligt engagement har altid været udgangspunktet for danske organisationers indsatser i udviklingssamarbejdet. Det afspejles i CISU - Civilsamfund i udviklings knap 300 medlemsorganisationer. Organisationer der er båret af over 300.000 frivillige foruden en stor gruppe, ansatte dedikerede ildsjæle. Alle engageret i lokale, nationale og globale aktiviteter rettet mod at løse internationale problemer.

I mødet med og for og mellem vores medlemmer har vi i CISU igennem årene samlet os en masse viden og erfaring om engagementsarbejdet. Hvorfor er det vigtigt? Hvad virker? Hvordan virker det?

I 2020 og 2021 har vi forvaltet Engagementspuljen, som finansieres af Udenrigs-

ministeriet. Puljens overordnede formål er at engagere danskere i udviklingssamarbejde og at skabe rammer og rum for at udvikle handlemuligheder og fælles løsninger for en bæredygtig verden. Puljen har i skrivende stund i alt støttet 53 forskellige projekter med budgetter fra godt 20.000 til knap 1.5 mio. danske kroner.

Her sidder du med et inspirationskatalog, der præsenterer otte forskellige tilgange, vi kan se der i en eller anden form går igen i flere af projekterne støttet af Engagementspuljen. Hvert kapitel i kataloget beskriver én tilgang til engagementsarbejdet og et praktisk eksempel fra et engagementsprojekt. Tilgangen bygger kort sagt på praktiske erfaringer i at engagere danskere i udviklingsarbejdet.

Selvom vi fremhæver otte eksempler i kataloget, er der også inspiration at hente hos flere andre organisationer, der har fået støtte igennem Engagementspuljen. Hvis du er nysgerrig, kan du finde en oversigt over alle bevilligede projekter på sidste side i kataloget.

De otte tilgange er Interaktiv læring, Skabelse af kunst, Interessefællesskaber, Identifikation, Interaktiv formidling, Børn som formidlere, Samskabelse og Hurtige ideer.

Vi håber de forskellige tilgange i kataloget, kan inspirere jer i tilrettelæggelsen af jeres engagementsarbejde i krydsfeltet mellem lige nøjagtigt jeres værdier, målgrupper og ressourcer. Der er mange metoder, som kan bruges til engagere, men ikke alle metoder er lige rigtige til alle målgrupper. Så lige meget hvilken tilgang i vælger, så overvej altid hvem målgruppen er først og om tilgange passer til at engagere netop den målgruppe. Det er det vigtigste for et succesfuldt projekt.

I kan vælge at bruge de beskrevne tilgange som inspirationskilde til nye tiltag eller I kan bruge det som et opslagsværk til at se, hvordan man kan skære kagen lidt anderledes end I måske allerede gør. Engagementsarbejde kommer i mange farver og former, og tilgangene skal ikke læses som færdige opskrifter, men som potentielle kilder til inspiration.

Vi håber, det kan sætte gang i fantasien!

God læselyst!

Tak til alle de organisationer, der har bidraget med viden og indhold til i dette katalog!

Et specielt tak til de organisationer, som har bidraget med jeres konkrete ideer og eksempler på de forskellige tilgange, som præsenteres i kataloget: Dreamtown, Højskoleforeningerne, Morsø Ulandsforening, Rapolitics, Verdens Skove, Skoleliv i Nepal, Ungdommens Røde Kors og 100% for Børnene.



Foto: Emil Hamer Boisen

INTERAKTIV LÆRING

Læring og oplysning er en vigtig del af engagementsarbejdet, Også når det kommer til unge, selvom de ofte ved mere om verden, end deres forældre og bedsteforældre gør. De kan være nysgerrige og åbne og samtidig have behov for at lære om sagen på en kreativ og ny måde. Det kan forståeligt nok være svært at trække unge ind i endnu en klassisk undervisningssituation i deres fritid, når de i forvejen bruger det meste af deres dag på skolebænken. Den interaktive læring, hvor deltagerne sammen er med til at forme

det, der skal ske, kan være et godt værktøj at tage i brug. Indenfor en given ramme vælger deltagerne selv, hvad de skal tale om og undersøge, og det er i dialogen mellem dem, der opstår en nysgerrighed, som skaber fundamentet for at engagere sig. Selvom der naturligvis er brug for en grad af styring, får deltagerne ejerskab over det, der skal ske, og en anerkendelse af, at de bedst selv ved, hvad der er sjovt og interessant for lige præcis dem.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Interaktiv læring betyder simpelthen, at deltagerne er medskabere af læringen gennem f.eks. digitale og fysiske møder på tværs af landegrænser, ture ud af huset og kreative produkter. En vigtig overvejelse er, hvor og hvordan man bedst kan sørge for, at deltagerne faktisk får indflydelse på projektet. I eksemplet i dette kapitel lader organisationen Verdens Skove deres unge deltagere bestemme, hvad de skal tale om i de online-samtaler, der er rygraden i projektet. Selvom det betyder, at der er mindre struktur, skal det ikke være "de voksnes" projekt. Der skal være plads til sjov og til et naturligt ungdomsfællesskab, hvis de skal føle sig trygge og have lyst til at blive i projektet på lang sigt. Tryghed er et andet vigtigt fokus, når man arbejder med den interaktive læring. Det, man husker og tager med sig, starter som regel ved en naturlig undren, og derfor er det vigtigt at skabe et rum, hvor der er plads til at være nysgerrig. Det har f.eks. stor betydning, når klimaforandringerne, som er det centrale emne i eksemplet, har så forskellig indvirkning på hverdagen i de tre involverede lande, at man let kan komme til at spørge "dumt". Verdens Skove har brugt digitale platforme til en stor del af kommunikationen mellem de unge. De mødes i et velkendt rum, hvor deltagerne – i det her tilfælde de unge – allerede er. For eksempel har WhatsApp været deres mest brugte platform til både gruppesamtaler og polls osv. Digitale oversættelsesværktøjer som Google Translate har også spillet en helt afgørende rolle, når de skulle tale sammen på tværs af sprog.

STYRKER:

- Velegnet til unge målgrupper
- Velegnet til at fastholde målgrupper, der normalt ville stå af på lang og informationstung formidling

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- Ved at give deltagerne mere styring, vil I selv miste en del af kontrollen. Det er derfor vigtigt, at projektets ramme er relativt bred og fleksibel, så I faktisk har mulighed for at gå den vej, deltagerne vælger.

EKSEMPEL

VERDENS SKOVE 'UNGE I GRØN DIALOG'

*"Undren er det frø,
der kan blive til engagement"*



METODE OG KONCEPT

Engagementet bliver skabt gennem vidensformidling, interaktive konferencer og lokale fællesskaber. Ti unge danskere mellem tretten og sytten år fra Gellerup mødes til en række onlinekonferencer om klima med unge fra Uganda og Bolivia. De bestemmer langt hen ad vejen selv dagsordenen og producerer videoer om det emne, de har valgt.

Indenfor et overordnet fokus på klima, skal de unge selv vælge de emner, de gerne vil tale om. Herefter forbereder de sig i grupper i de tre lande, bl.a. ved at lave en film om emnet, som bliver vist til konferencen. Der stilles spørgsmål, og ved at bruge forskellige digitale oversættelsesprogrammer overkommer de sprogbarrierer. Udover at producere film, så mødes de lokale grupper også om mere generelle snakke og tager på mindre ture mellem konferencerne.

"Det, der skaber engagementet, er jo, når de begynder at stille spørgsmålstegn ved ting."



NÅR DET LYKKES

Håbet er, at deltagerne snakker om emnerne udenfor grupperne og fortæller deres venner og familie om projektet, Det skal være stolte af at være med og eventuelt have lyst til at blive frivillige, efter projektet er afsluttet. Men det væsentligste er, at de får en forståelse af, at der er en sammenhæng i verden. De kiks med palmeolie, de spiser i Gellerup, påvirker naturen i Bolivia. Det, vi vælger nationalt, har et globalt aftryk.

MÅLGRUPPE

1. Unge danskere mellem 13 og 17 fra Gellerup
2. Unge i Bolivia og Uganda

ORGANISATION

Verdens Skove arbejder for klimaet, har flere frivillig- og formidlingsindsatser og har tidligere arbejdet med projekter med unge i udsatte boligområder.



GODE RÅD FRA VERDENS SKOVE

- » Verdens Skove mener, det er en god idé, at deltagerne er jævnaldrende, så de kan spejle sig i hinanden.
- » Vis ikke noget af det, de producerer, uden deres godkendelse, og læg ikke materiale op på sociale medier, uden deltagerne selv har godkendt det.
- » Det er vigtigt, at de føler sig trygge og ikke er bange for at sige ting og fejle. Her hjælper kontinuerligheden i grupperne enormt.
- » Sørg for, at landene har lige meget taletid. Også selvom der er flere deltagere fra et land.
- » Sørg for retningslinjer for de digitale værktøjer, så de ikke bliver spammet med landespecifikke ting, der ikke er relevante for projektet.

SKABELSE AF KUNST

Kunst kan samle folk om en sag, ikke mindst fordi det kan tale til både følelser og fornuft. Derfor er det også et oplagt værktøj at bruge, når der skal skabes engagement. Mulighederne er mange, og det er kun fantasien, der sætter grænser indenfor denne metode – fra at skabe store kunstværker i gadebilledet til at udgive poesi i dagspressen eller arrangere støttekoncerter på spillestederne. En af metodens store styrker er, at det er muligt

at involvere flere målgrupper på samme tid. Dem, der allerede er engagerede i sagen, kan få nye (kunstneriske) værktøjer til at udtrykke deres engagement. Herfra kan deres kreative produkt og kunst åbne døren til andre målgrupper, der ikke ville være nået gennem f.eks. debatindlæg, støtteoptog eller andre mere klassiske måder at gøre opmærksom på en sag.

STYRKER:

- Velegnet til at øge engagementet hos eksisterende støtter
- Velegnet til at formidle følelsesmæssige aspekter af en sag
- Velegnet til at fange interessen hos nye målgrupper
- Velegnet til at give stemme til dem, der ikke føler sig hjemme f.eks. i den skriftlige debat eller de store dundertaler

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- Kunst og kultur kan både indfange og afskrække folk. Brug ressourcer på at undersøge målgruppens 'smag' og præference af genrer.
- Det er ikke alt, der kan 'forklares' alene gennem kunstnerisk formidling. Ofte vil det være nødvendigt at afsætte ressourcer til at forklare baggrund og kontekst for et værk.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Kunst som metode betyder ganske enkelt, at deltagere først får viden om en sag. Herefter får de værktøjer, der hjælper dem til at udtrykke deres engagement kunstnerisk og sprede budskabet på en kreativ måde. Når målgruppen er på plads, er valget af genre og kunstart den næste vigtige overvejelse indenfor denne tilgang. Der er lige så mange muligheder, som der er målgrupper, og det handler primært om at kende og forstå sit publikum eller sine deltagere. I dette kapitels eksempel er valget faldet på gadekulturens musik og kunst. Historisk har hiphop/rap og street art været en platform, hvor de "oversete" – dem uden økonomiske og politiske ressourcer - kunne komme ud til et publikum og dele deres virkelighed. Og det er den tradition, Rapolitics projekt Pieces for Palestine har valgt at skrive sig ind i. Det reflekterer nemlig både palæstinenserens situation, som er omdrejningspunkt for projektet, og er samtidigt et sprog, der tiltrækker en stor gruppe unge, der ikke føler sig hjemme i avisernes debatsektioner. En anden vigtig overvejelse er, hvordan man finder en god balance mellem proces og produkt. Når man engagerer igennem kunst, er både proces og produkt vigtigt. I processen engageres den primære målgruppe og igennem produktet formidles viden til en bredere målgruppe. Deltagerne skal have en god oplevelse for at skabe et godt engagement, men det kan også være værd at prioritere kunstens kvalitet, så det bedst muligt kan leve videre ude i verden og engagere andre. Rapolitics har af samme årsag allieret sig med dygtige kunstnere og formidlere og sat ressourcer af til at udvikle et godt format. De unge i projektet bliver derfor ikke kun styrket i deres egne overbevisninger og måder at udtrykke sig på, de bliver også forandringsagenter, der bringer en ny viden ud i verden til andre unge i deres miljø gennem de kreative produkter.

EKSEMPEL

RAPOLITICS – 'PIECES FOR PALESTINE'

"Du tegner dit debatindlæg"



METODE OG KONCEPT

Engagementet skabes gennem vidensformidling, rap og street art. Målgruppen, som er unge – særligt unge i Danmark med palæstinensisk baggrund - engageres i menneskerettigheder i Palæstina gennem viden om historie og politik og får efterfølgende værktøjerne til selv at udtrykke sig og formidle deres holdninger gennem street art og rap.

Pieces for Palestine er bygget op omkring tre faser: Dels videns- og kapacitetsopbygning af deltagerne, som gennem oplæg og workshops rustes til at forstå den komplekse konflikt med alle dens nuancer og til at tro på deres egen evne til at argumentere og debattere om emnet. Dels hjælper instruktører dem med at udtrykke deres holdninger gennem vers og rim eller gennem street art, der i første omgang tegnes på et print af en væg. Og til sidst samles tegningerne til en samlet udstilling og versene sættes sammen til en lang rap, der udgives på diverse platforme.

"Det er en måde at få fat på dem, der ikke er så meget til 'kridt på tavlen'. Vi siger, at den måde, DU bedst udtrykker dig på, er god nok. Den KAN noget! Du kan også tale den her sag på din egen måde."



NÅR DET LYKKES

Ønsket er på den ene side at nå dem, der ikke på forhånd har viden og interesse for emnet, og give dem lyst til at bruge tid på at lytte og forstå situationen i Palæstina. På den anden side håber Rapolitics, at dem, der allerede har en holdning, får solide argumenter og nye værktøjer til at udtrykke sig. Rapolitics ønsker med andre ord at sætte Palæstina på verdenskortet og på spillelisterne.

MÅLGRUPPE:

1. Unge danskere med palæstinensisk baggrund
2. Unge, der endnu ikke er engagerede i sagen
3. Unge, der allerede er engagerede i sagen

ORGANISATION

Det er en del af Rapolitics DNA at arbejde med rap som instrument til både formidling og engagement.



GODE RÅD FRA RAPOLITICS

- » Sørg for gode samarbejdspartnere.
- » Invitér målgruppen ind og find ud af, hvad der interesserer dem, og hvor de er. Rapolitics skød projektet i gang med en udviklingsseance, hvor unge delte deres bud på, hvordan man bedst rækker ud til dem.
- » Sørg for at investere i en teknologi, der virker – i denne sammenhæng en automatiseret platform, hvor deltagerne kan oprette en profil og selv kan uploade både deres vers og deres tegninger, og som f.eks. tager hensyn til GDPR.
- » Sørg for at skabe et standardiseret formidlings- og workshopformat, der kan faciliteres af mange forskellige og på forskellige sprog.
- » Modstå fristelsen til at udvide målgruppen og projektet, hvis der ikke er ressourcer til at løfte opgaven.



INTERESSE- FÆLLESSKABER

Engagement gror ofte på en bund af nysgerrighed, og nysgerrigheden skal nogle gange etableres af alternative veje. Én af de veje kan være interesser, der i sig selv ikke er forbundet til den sag, man arbejder med. Vi ser mange eksempler på, at mennesker på tværs af kulturelle, sociale og geografiske afstande skaber fællesskaber om f.eks. sport eller musik. Og i det møde skabes en nysgerrighed og et engagement i hinandens liv, der rækker udover det indledende interessefællesskab. Sporten og musikken er vejen ind,

og derfra åbner sig et potentiale for engagement – enten organisk eller understøttet af formidling. Man opdager for eksempel, at éns holdkammerat i fodbold er vokset op i en flygtningelejr, og det bliver vejen ind til at undersøge mere om flugt. Interessefællesskaber er et fænomenalt værktøj til at skabe identifikation, og det danner gode rammer om et ligeværdigt møde, der ikke tager sit indledende udgangspunkt i forskelle, men i ligheder.

STYRKER:

- Velegnet til at skabe interesse hos nye målgrupper
- Velegnet til næsten alle målgrupper, så længe den valgte interesse matcher dem
- Velegnet til at etablere et ligeværdigt møde mellem mennesker

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- Det kræver indsigt et givent interessefelt at kunne facilitere et meningsfuldt møde omkring det
- Ligeså vel som interessefællesskaber kan inkludere nogle målgrupper, så ekskluderer de andre



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Interessefællesskabet går som metode ud på at finde en fælles interesse, som målgruppen kan samles om, og som har forbindelse til samarbejdspartnere ude i verden. Metoden fungerer bedst, hvis fællesskabet skabes omkring en helt konkret aktivitet.

I dette kapitels eksempel har Morsø U-landsforening valgt håndarbejde som fælles interesse af flere årsager. Foreningen har selv kompetencerne, og både målgrupperne i Danmark og Tanzania interesserer sig for håndarbejde. Ideen om syfællesskabet er udsprunget af tanken om, at et godt fællesskab kræver, at der er "noget at være fælles om". Syning samler både kvindegupper på Mors og i Bukoba, og vejen til engagement starter på den måde ved interessen for håndværket eller produkterne.

Fremfor flyvske analyser og udfordringer prioriterer Morsø U-landsforening generelt, at deres målgrupper skal møde konkrete ansigter, samle penge ind f.eks. til en bestemt vandtank eller lære konkrete syteknikker. Det skal være håndgribeligt og specifikt, hvis det skal fange folk. Derfra starter samtalen, og så kommer nysgerrigheden, forståelsen og endda identifikationen med kvinderne i Bukoba.

EKSEMPEL

MORSØ U-LANDSFORENING 'SYFÆLLESSKABER'

"Det konkrete nedbryder fordomme"



METODE OG KONCEPT

Engagementet skabes gennem vidensformidling i interessefællesskaber. Projektets mål er at skabe engagement blandt nye målgrupper og øge engagementet hos eksisterende medlemmer ved at dyrke interessefællesskabet for syning mellem kvindegrupper i Bukoba og Danmark, og ved at sælge produkter lavet af tanzanisk stof til fordel for sagen.

Projektet henvender sig til tre meget specifikke målgrupper på Mors: gymnasieelever, medlemmer af foreningen og folk med interesse for at sy. Gennem bl.a. foredrag lærer de to første målgrupper mere om udviklingsarbejdet i Tanzania og kan derefter selv formidle den viden til andre. Døren til den tredje målgruppe åbner Morsø U-landsforening gennem den fælles interesse for syhåndværket. Ved at dele formidlingsmaterialet - men også mønstre, stof og personlige historier fra Tanzania - i både nye og gamle syfællesskaber på Mors, skaber foreningen et rum for at tale om situationen i Bukoba, om de tanzaniske kvinder, der lever af at sy, og om de måder, man kan støtte op om dem og resten af indbyggerne i venskabsbyen. Produkterne sælges herefter til forskellige events, og overskuddet går ubeskåret til Bukoba

"Det menneske, du har siddet og drukket kaffe med, går du jo ikke ud og krænker bagefter."



NÅR DET LYKKES

Håbet for projektet er, at interesserede bliver medlemmer og at eksisterende medlemmer selv bliver formidlere. Men håbet er også mere overordnet, at projektet kan åbne deltagernes øjne overfor alle de fællestræk, de har med kvinderne i Bukoba - og kvinder i resten af verden. Særligt de unge kan tage den erkendelse med sig videre i livet og engagere sig i andre projekter.

MÅLGRUPPE:

1. Gymnasieeleverne på Morsø Gymnasium
2. Sy- og håndværksklubber og fællesskaber på Mors
3. Eksisterende medlemmer

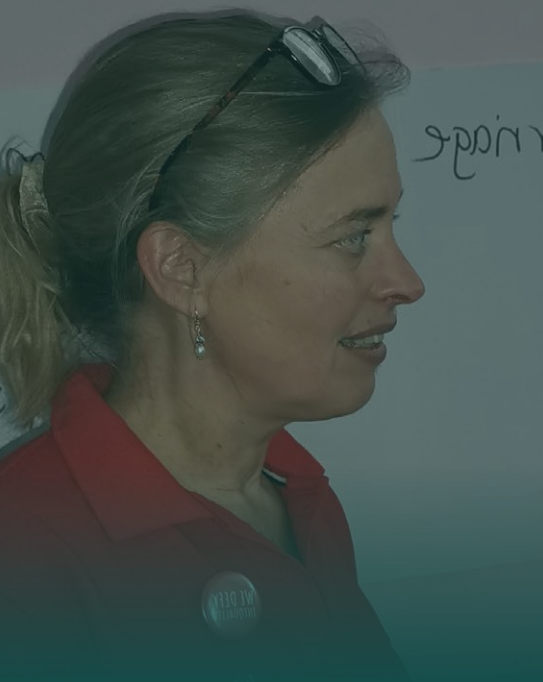
ORGANISATION

Morsø U-landsforening har lavet udviklingsarbejde gennem de sidste 40 år og er en frivillig forening, der er dybt forankret i lokalsamfundet på Morsø



GODE RÅD FRA MORSØ U-LANDS- FORENING

- » Sørg for de gode kontakter. Det er virkelig værdifuldt at kunne trække på godt forankrede samarbejdspartnere i udlandet, og det giver en gensidig forståelse for hinanden.
- » Vær fokuseret, så jeres arbejde bliver konkret. Det kan være fristende at fylde mere og mere på projektet, f.eks. andre potentielle ting, man har som fælles interesse. Men det bliver for forvirrende for omverdenen at forstå. Hold det konkret og fokuseret.
- » Gab ikke over mere, end du kan rumme.



IDENTIFIKATION GENNEM VIDEO

Det skaber sympati og forståelse, når mennesker opdager, hvor meget de har tilfælles på tværs af landegrænser og kulturer. Det åbner op for et ligeværdigt møde på trods af f.eks. kulturelle eller sociale forskelle og giver følelsen af, at vi er forbundne, og at vi alle har et ansvar for hinandens liv. Identifikation er derfor et centralt værktøj, når der skal skabes engagement i udviklingsarbejdet. Identifikation kan opbygges på mange måder og er en uundværlig del af de flere af de metoder, vi beskriver i de andre kapitler. Mange bruger

video som et effektivt redskab, og det er der god grund til. Det tog kun få måneder fra YouTube blev etableret i 2005, til platformen havde millioner af brugere, og i 2020 blev der vist mere end 1 mia. timers video hver eneste dag på tværs af kloden. Der, hvor sproget må give op, kan billederne overtage og give indblik i, hvordan andre menneskers liv og hverdag ser ud. Man kan med andre ord se de udfordringer, vi hver især lever med, men også alle de ting, vi har tilfælles.

STYRKER:

- Velegnet til at skabe forståelse og identifikation på tværs af sproglige barrierer
- Velegnet til at formidle følelsesmæssige aspekter af en sag
- Velegnet til at fange interessen hos målgrupper, der ikke på forhånd kender til sagen
- Velegnet til formidling på de fleste digitale platforme

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- For nogle er produktion af videoer udfordrende, mens det for andre er noget, de gør på daglig basis. Vær derfor opmærksom på målgruppens erfaring med mediet og sørg for at afsætte de nødvendige ressourcer til oplæring.
- Der er stadig steder i verden, hvor man ikke kan forvente, at folk ejer deres egen kamera-telefon. Dette udelukker ikke brugen af video, men det kræver, at man sørger for adgang til kamera eller smartphone.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Når man bruger identifikation gennem video som metode, betyder det ganske enkelt, at man skaber indsigt i en sag eller i hinandens liv gennem videoer. Videoformatet kan bruges på flere måder; fra gennemproducerede film, der sendes ud til mange mennesker ved store fremvisninger, til udveksling af små hjemmelavede videoer, der deles i lukkede fora eller mellem to mennesker, der gerne vil forstå hinanden. På samme måde er nogle målgrupper fuldstændigt fortrolige med både at strukturere, filme og redigere video, mens andre vil kræve lidt mere støtte i processen.

Udover at forholde sig til videoernes format (fx gennemproduceret vs. hjemmelavet, længde, osv.) er det vigtigt, at der tages stilling til, hvordan videoerne skal deles. Både format og platform skal passe til målgrupperne. I kapitlets eksempel bruger organisationen Skoleliv i Nepal bl.a. dansevideoer, der vises på TikTok, til at skabe identifikation mellem nepalesiske og danske piger. Baggrunden for at bruge metoden var ikke et ønske om at bruge sociale medier.

Det var snarere en idé om at forsøge at kommunikere visuelt, for at overkomme sproglige og kulturelle forskelle. Valget af TikTok blev truffet ud fra det vigtige mantra: For at engagere de helt unge, må man være dér, hvor de er.

EKSEMPEL

SKOLELIV I NEPAL 'GLOBAL GIRLS'

"De kan se, hvordan hinandens liv og hverdag ser ud, hvor de er forskellige og ens."



METODE OG KONCEPT

Engagementet skabes gennem vidensformidling og video. Pige-grupper i Danmark og Nepal ledet af frivillige deler deres virkelighed og interesse med hinanden gennem deling af videoer i grupper og på det sociale medie TikTok.

Skoleliv i Nepal har med hjælp fra nepalesiske samarbejdspartnere samlet flere pigegrupper (10-12 år) i både Nepal og Danmark.

Grupperne ledes af unge frivillige, der hjælper pigerne med selv at producere små videoer. Nogle af videoerne viser pigernes hverdag og bliver delt i lukkede grupper på Messenger eller WhatsApp.

Andre videoer viser pigerne, der klarer små udfordringer (f.eks. dansetrin eller andre opgaver), og lægges ud på TikTok. Pigerne ser og forholder sig til hinandens videoer, mens de frivillige også taler sammen på tværs af landene.

"Vi har filmet vores ting, men de [pigerne i Nepal] har filmet det, de gør. Det troede jeg ikke man kunne."



NÅR DET LYKKES

Drømmen er at skabe identifikation mellem pigerne i Nepal og Danmark og give dem et nuanceret indblik i hinandens liv. Håbet er desuden, at de unge frivillige opbygger relationer – måske endda venskaber - med hinanden på tværs af Nepal og Danmark.

MÅLGRUPPE:

1. Piger mellem 10 og 12 i Danmark og Nepal
2. Unge

ORGANISATION

Skoleliv i Nepal støtter skolebørn i Nepal gennem forskellige indsatser og etablerede samarbejder.



GODE RÅD FRA GLOBAL GIRLS

- » Vær opmærksom på, at videomediet kan være sårbart. Det kan træde ind over folks intimsfære at filme deres hjem og familie og kræver derfor tid og tillid - Ikke mindst, hvis man har færre økonomiske ressourcer end de andre deltagere i projektet.
- » Sørg for at lav en skudliste, og tag alvorligt, at planlægning – og i det hele taget alt det "rundt" om – er virkelig vigtigt og virkelig tidskrævende.
- » Sørg for, at projektledere prøver det selv, så de får en fornemmelse af, hvad det kræver.
- » Hold videoerne på 90 sekunder, og få undervisning og gode tips til denne øvelse fra professionelle.

INTERAKTIV FORMIDLING

Vi påvirkes af vores omgivelser, som er med til at forme den måde, vi forstår verden på, og vi har længe vidst, at aktive lærings-situationer, hvor hele kroppen og ikke kun hovedet sættes i spil, kan åbne for nye erkendelser og aktivere hukommelsen. Der kan derfor være meget at hente ved at flytte læring og formidling ud af klasseværelset eller foredrags-salen til steder, hvor der for alvor er mulighed for at interagere med omgivelserne. Man kan bruge den interaktive formidling i engage-

mentsarbejdet på flere måder. Dels kan man iscenesætte nye rum, f.eks. udstillinger eller oplevelsesrum, og dels kan man finde nye måder at bruge de kendte steder. Det interaktive kan give målgrupper en ny og mere sanselig oplevelse af en problemstilling eller en anden virkelighed end deres egen, hvilket kan skabe både nysgerrighed, ny forståelse og empati, der er udgangspunkter for at handle.

STYRKER:

- Velegnet til at fange interessen hos nye målgrupper
- Velegnet til at skabe oplevelser, der huskes længe
- Velegnet til lærere, der ønsker en alternativ måde at formidle på

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- De fleste steder kræves der tilladelse for at sætte skilte eller udstillinger op. Vær sikker på, I har lov til at bruge rummet til jeres projekt.
- Det kræver mere at få folk til at møde fysisk op, end fx til at åbne en skærm. Vær sikker på, at logistikken hænger sammen for jeres målgruppe.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Interaktiv formidling betyder ganske enkelt, at der skabes mulighed for, at målgruppen interagerer med omgivelserne, når de skal lære om en sag. Fremfor at være passive tilskuere til f.eks. et foredrag eller en undervisnings-time, tager deltagerne rummet aktivt i brug.

Det kræver, at man forholder sig til de muligheder for at interagere, som forskellige steder rummer. I dette kapitels eksempel bruger organisationen Dreamtown metroens stop til at formidle viden om verdensmålene til skolebørn. Det er en vigtig del af projektet, at stationerne ikke kun er en undskyldning for at oplyse om verdensmålene, men at stedet faktisk tages aktivt i brug. Den fysiske oplevelse af selve stedet, muligheden for at gå på opdagelse og forbinde stedet med det relevante verdensmål, kan være nøglen til at forholde sig på en ny måde til de udfordringer, verdensmålene arbejder med, og koble det lokale og det globale.

Kroppen skal i brug, og det skal være sjovt og anderledes end den traditionelle klasseundervisning. Brugen af byrummet og andre offentlige steder har desuden den mulighed, at målgruppen for fremtiden vil blive mindet om den nye indsigt, når de passerer stederne.

EKSEMPEL

DREAMTOWN 'REJS MED VERDENSMÅLENE'

"Check ind og tjek det ud"



METODE OG KONCEPT

Engagementet skabes gennem interaktiv formidling og brug af det offentlige rum. De sytten metrostationer i M3 Cityringen bruges som formidlingsstationer for hver af de sytten verdensmål. Dreamtown samarbejder med uddannelsesinstitutioner om at producere en interaktiv online læringsplatform om Verdensmålene. Materialet knyttes til de sytten stationer, og lærere og studerende eller elever har mulighed for at tage på tur igennem byen og gennem Verdensmålene. Hver station vil give adgang til en virtuel læringsplatform (eventuelt via en QR-kode), hvor deltagerne bliver mødt af en global problemstilling, der relaterer sig til det specifikke verdensmål på stationen, og som er udviklet af unge fra hele verden. For at gøre læringen engagerende, aktiv og nærværende vil de studerende også blive mødt af en verdensmålsudfordring, der relaterer sig til det omgivelserne omkring station. Lærerne kan selv tegne en rute og udvælge stationer/verdensmål, eller de kan bruge Dreamtowns forslag til ruter med et gennemgående tema.

"Når de går ind, skal de tænke: Det her bliver vildt sjovt. Når de kommer ud, skal de tænke: Wauw, det vidste jeg slet ikke."



NÅR DET LYKKES

Drømmen er, at der bliver skabt en forbindelse mellem unge ude og unge hjemme, så det bliver en "vi"-fortælling og ikke en fortælling om fjerne og irrelevante problemer. Helt konkret er håbet, at det kan blive muligt at udvide projektet, så det bliver tilgængeligt for alle – ikke kun for skoleelever.

MÅLGRUPPE:

1. Elever og studerende
2. Lærere og uddannelsesinstitutioner

ORGANISATION

Dreamtown har byliv som udgangspunkt for alle deres indsatser og arbejder for at skabe en fælles forståelse for særligt unges liv i by på tværs af kloden.



GODE RÅD FRA DREAMTOWN

- » Sørg for at huske lærerne som målgruppe. Det skal være let og brugbart for dem.
- » Sørg for at bevare balancen mellem ressourcer og ambitioner.
- » Sørg for, at der virkelig er en sammenhæng med det fysiske sted. Det skal være skræddersyede opgaver.
- » Sørg for at alliere jer med folk, der har erfaring med det, I selv er nye indenfor – fx dygtige undervisere.
- » Husk, at det er vigtigt med gode samarbejdspartnere i syd.
- » Dyrk drømmefasen, lav idebanker, som man kan sætte i spil senere.
- » Vær overforberedt men understruktureret.

BØRN FORMIDLER

Børns og voksnes oplevelse af verden adskiller sig fra hinanden, og børnenes perspektiv kan være værdifuldt og bidrage med nye ideer og tilgange. Derfor er der god grund til at inddrage børn i både udviklings- og engagementsarbejdet på deres egne præmisser. De fleste mennesker møder desuden børn med en anden åbenhed, end de møder voksne. At lade børn spille hovedrollen i den opsøgende og formidlende del af engagementsarbejdet kan derfor være en vej til at

nå målgrupper, der ikke har interesse for sagen på forhånd. Og der er et særligt stort potentiale i de tilfælde, hvor identifikationen slår tydeligst igennem – nemlig barn/barn eller barn/ældre (bedsteforældre-effekten). Ikke alene vil det kunne åbne døren til de nye målgrupper. Det er også mulighed for at give børnene en indsigt, de tager med videre i livet og muligvis omsætter til (mere) engagement.

STYRKER:

- Velegnet til engagementsarbejde på tværs af aldersgrupper (særligt børn til ældre eller børn til børn)
- Velegnet og meningsfuldt til formidling af projekter med børn i fokus
- Velegnet til at indgyde den første interesse hos en ny målgruppe uden kendskab til feltet

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- Børns beskrivelse af komplekse problemstillinger kan sjældent stå alene, og der kræves derfor ressourcer til opfølgende formidling.
- Arbejdet med børn kræver tid, tålmodighed og en åbenhed overfor deres perspektiver, også når de ikke flugter med de voksne.
- Børn er mere sårbare end voksne overfor voldsomme billeder, historier og ikke mindst konfrontationen med en barskere virkelighed, end de er vant til. Det er derfor ekstraordinært vigtigt, at der tages ansvar for at sikre, at børnene har en god oplevelse.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Børn som formidlere er en metode, der i sin enkelhed går ud på, at børnene inddrages i den sag, projektet drejer sig om, og derefter formidler det videre til andre målgrupper med deres egen stemme – gerne gennem et format, som både passer målgruppen og børnene.

Børnenes helt særlige måde at se verden og beskrive den på, er enormt velegnet til nogle målgrupper og mindre hensigtsmæssig til andre. Det kræver derfor en overvejelse omkring de målgrupper, børnene efterfølgende skal ud til. I dette kapitels eksempel har organisationen 100% For Børnene valgt, at en gruppe børn skal opleve og derefter fortælle om piger og kvinders rettigheder i Kenya til "bedsteforældre-generationen", altså ældreforeninger og -fællesskaber.

De ældre er naturligt åbne og lyttende overfor børnene, og de værdsætter de små historier og den positive tone, børn naturligt fortæller i. Desuden er verdensmålet 'ligestilling mellem kønnene' et genkendeligt tema for netop denne generation, der for manges vedkommende selv har kæmpet for ligestilling i deres ungdom. En af metodens store styrker er børnenes ærlige beskrivelse af den virkelighed, de ser. Deres undren og spørgsmål er med til at holde formidlingen positiv og let tilgængelig. Derfor skal man overveje, hvordan man sikrer sig, at der er plads til børnenes spontanitet, og at de bliver inddraget mest muligt.

EKSEMPEL

100% FOR BØRNENE 'VERDENSMÅLS- BINGO'

"Børn fortæller bare nogle helt andre historier"



METODE OG KONCEPT

Engagementet skabes gennem børn, der formidler. Fire børn og unge mellem 8 og 18 år rejser til Kenya, mødes med en række aktivister og andre børn og unge og undersøger piger og kvinders rettigheder. Undervejs på rejsen skaber de kreative produkter, fx små film, om deres oplevelser og refleksioner. Tilbage i Danmark tager børnene ud til ældrefællesskaber og holder oplæg om deres oplevelser, fortæller om situationen for kvinder i Kenya og spiller et særligt bingo, der er bygget op omkring verdensmålene.

"Det er et godt møde, når børn mødes på tværs af kulturer, for det er et LIGE møde."



NÅR DET LYKKES

Ønsket er at skabe et større engagement blandt de ældre. Der er et stort potentiale for flere ældre frivillige, som har erfaring og faglighed at sætte i spil, og håbet er at skabe ringe i vandet i forhold til den her målgruppe. Drømmen er desuden, at der bliver mulighed for at brede projektet yderligere ud til flere børneformidlere, flere temaer, osv.

MÅLGRUPPE:

1. Ældre
2. Børn

ORGANISATION

100% For Børnene er en børnerettighedsorganisation, der tidligere har arbejdet med børn som formidlere.



GODE RÅD FRA 100% FOR BØRNENE

- » Kig på målgrupperne og find ud af, hvordan man skaber et koncept, der giver mening for dem – for os var det bingo, der både var sjovt for børn og ældre.
- » Prøv at holde rammen bred, når man arbejder med børn. De skal selv have plads til at skabe det, der naturligt falder dem ind. De skal have lidt af styringen.
- » Der skal være plads til spontanitet.
- » Det skal være optimistisk. Selvom det er svære emner, så er der meget at hente, hvis man formidler det på en let måde. Det er bl.a. noget af det, børn kan.

SAMSKABELSE

Det at have et fælles mål eller et fælles projekt kan nedbryde barrierer og styrke følelsen af sammenhold på tværs af kulturer og sociale skel. Man sætter fokus på hinandens evner og ligheder fremfor på forskellene. Derfor kan samskabelse være et stærkt værktøj i engagementsarbejdet. Når man skaber noget sammen af summen af alle de ressourcer, man har på tværs af landegrænser, så opstår der et helt særligt fællesskab og en unik forståelse og respekt for hinandens styrker. Det centrale ved metoden er, at man

mødes, smider erfaringer og evner i puljen og sammen skaber engagement og i sidste ende forandring – både hos deltagerne og hos dem, der i sidste ende får gavn af det, man har skabt. Æn af styrkerne ved denne metode er bl.a. den stærke identifikation, de fleste mennesker har med de ting, de er dygtige til og interesserer sig for, som kan blive sat i spil. Her kan de mødes ligeværdigt og med et fælles sprog og skabe nyt engagement på tværs af landegrænser.

Foto: Emil Hamer Boisen

STYRKER:

- Velegnet til erhvervsaktive voksne og ældre målgrupper, herunder pensionister
- Mulighed for at få adgang til store ressourcer i form af kompetencer
- Kan give taletid i ellers lukkede medier, fagblade etc.

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- Der ligger et stort arbejde i at matche samarbejdspartnere i og udenfor Danmark og facilitere dialogen, særligt til at begynde med.
- Det er vigtigt, at den sag, der arbejdes med, reelt kan påvirkes gennem den faglighed, der sættes i spil.
- Det er vigtigt, at der er respekt omkring deltagerens kompetencer, og at de får plads til ejerskab og en grad af autonomi.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Samskabelse som metode betyder ganske enkelt, at folk fra flere steder i verden mødes, sætter deres ideer og evner i spil og skaber indsatser sammen. Det er centralt, at det, der samarbejdes om, tapper balanceret ind i de styrker eller fagligheder, som samarbejdspartnerne har, så forholdet mellem dem er ligeværdigt. Samtidigt kan forskellene i måden at arbejde på være det, der gør samarbejdet så værdifuldt.

Det handler derfor om at skabe rammer, hvor alle bidrag er værdsatte og vigtige. Eksemplet i dette kapitel er Højskoleforeningen, der etablerer et højskolesamarbejde på tværs af landegrænser omkring undervisningsplaner om bæredygtig omstilling. Lærerne spæder ind med deres konkrete erfaringer og forskellige perspektiver på, hvordan man bedst engagerer eleverne i den bæredygtige omstilling, og sammen udvikles nye undervisningsplaner. Valget om at fokusere på bæredygtighed var nærliggende, da det har stor – men også forskelligartet – relevans i det meste af verden, og fordi mange højskoler allerede arbejder med det i forskellige formater. B

åde danske lærere og senere også de elever, der bliver berørt af projektet, får f.eks. mulighed for at samarbejde med partnere, for hvem klimaforandringerne er betydeligt mere konkrete i deres hverdag, end de kan virke her i Danmark. Det er netop de forskellige tilgange til det fælles mål, der skaber både fællesskab og gensidigt faglig respekt.

EKSEMPEL

HØJSKOLEFORENINGEN 'PEOPLE'S FUTURE LAB'

"Hvis du virkelig vil engagere folk, så skal du skabe relationer."



METODE OG KONCEPT

Engagement skabes gennem samarbejde og ideudveksling på tværs af landegrænser. Danske og udenlandske højskoler går sammen om at skabe undervisningsforløb til deres elever, som skal ruste dem til at gå ind i kampen for den bæredygtige omstilling af vores samfund.

Højskoleforeningen samler i første omgang en stor gruppe lærere fra både danske og udenlandske højskoler til en række online uddannelsesforløb, hvis formål dels er at inspirere højskolelærerne til nye undervisningsplaner med fokus på bæredygtighed, og dels er at skabe relationer og samarbejde mellem danske og udenlandske højskoler. Højskoleforeningen matcher desuden hver af de danske højskoler med en udenlandsk højskole, og sammen skal de sætte indsigten fra de online uddannelsesforløb i spil og dele erfaringer og tilgange, som kan hjælpe dem til at skabe nye undervisningsplaner med fokus på den bæredygtige omstilling. I sidste ende skal lærerne uddanne motiverede forandringsagenter, som arbejder for bæredygtighed på et lokalt niveau.

"Der er en enorm styrke i at mærke, at man ikke er alene i verden."



NÅR DET LYKKES

Drømmen er, at højskolerne i sidste ende udklækker en masse unge forandringsagenter, der leverer en vigtig indsats for den bæredygtige omstilling, dér hvor de er, og at der er etableret et godt samarbejde med både udenlandske højskoler og lokale aktører. Konkret er ønsket på sigt at samle elever fra de danske og udenlandske bæredygtighedslinjer til et stort ungdomsmøde i Danmark.

MÅLGRUPPE:

1. Højskolelærere i Danmark
2. Højskoleelever
3. Højskolelærere i udlandet

ORGANISATION

Højskolerne har tidligere været katalysator for samfundsforandringer, og højskoleforeningen understøtter blandt andet højskolerne i denne ambition.



GODE RÅD FRA HØJSKOLE- FORENINGEN

- » Investér tiden, der kræves, til at få matchet de rigtige samarbejdspartnere med hinanden.
- » Sørg for, at ambitionerne ikke overstiger det, der er ressourcer til.
- » Projektet skal støtte op omkring målsætninger, I allerede arbejder med, så der er synergi imellem jeres indsatser.
- » Den personlige kontakt og relation er afgørende for at få samarbejdet til at flyde. Priorité gode opstartsmøder, så der er afstemt forventninger og ambitioner.
- » Hav respekt for skolernes (eller samarbejdspartneres) forskellige tilgange og styrker.

HURTIGE IDEER

Problemstillingerne, man arbejder med i udviklingsarbejdet, er store, og én af de ting, der kan forhindre folk i at engagere sig, er følelsen af afmagt. Især unge ser og forstår udfordringerne, men de bliver ofte i tvivl om, hvorvidt de har noget at bidrage med. Alligevel vil mange rigtig gerne deltage, hvis de får værktøjerne eller rammerne til det. Fordi den er fokuseret på at overkomme overtænkning og fremelske idéer, kan hurtige idéer være et godt valg, når man vil overkomme følelsen af afmagt. Deltagerne skal finde på løsnin-

ger på et problem ved at brainstorme på tid. Farten tvinger deltagerne til at slukke for den indre kritiker og i stedet følge intuitionen, hvilket fører til en helt ny slags idéer til, hvordan man kunne løse f.eks. affaldsproblemer et specifikt sted, jobmangel et andet sted eller børnearbejde et tredje. Løsningerne kan ofte føres ud i virkeligheden, men selv når det ikke er muligt, kan oplevelsen af at kunne bidrage med tanker og idéer være nok til at opbygge en selvtillid, der kan motivere til meget mere handling.

STYRKER:

- Velegnet til at øge engagementet hos unge
- Velegnet til at genere hurtige idéer
- Godt format til fx skoler
- Let at facilitere

VÆR OPMÆRKSOM PÅ...

- Idéerne er baseret på intuition, ikke på grundige analyser. De kan derfor bruges som udgangspunkt for at arbejde videre, men ikke som gennemtænkte indsatser.
- Der kan være målgrupper, der vil savne at forholde sig dybdegående og kritisk til problemstillingen.
- Denne tilgang er løsningsorienteret. Det er dog enormt vigtigt, at man ikke kommer til at give indtryk af, at problemerne er mindre komplekse, end de er.



NÅR METODEN SKAL SÆTTES I BRUG

Hurtige idéer som metode betyder, at deltagere præsenteres for et problem og en kontekst indenfor udviklingsarbejdet, og herefter brainstormer og tester idéer til løsninger sammen med hinanden. Den kan bruges til de fleste målgrupper, men den er særligt god til ung-til-ung-arbejdet, da den er enkel at facilitere, og relativt nem at gå til for deltagerne.

Den kritiske stemme bliver slukket, emnet skal ikke tales ihjel, men man skal i stedet gå med sin intuition. Det betyder også, at formatet kan holdes så kort, at det egner sig rigtigt godt til logistikken og planlægningen med f.eks. skolerne. I dette kapitels eksempel bruger organisationen Ungdommens Røde Kors metoden til at nå ud til skoleelever og få dem til at arbejde med temaet jobmangel blandt unge, som er en udfordring stillet af de unge i Kenya og komme op med konkrete projekter, der kan løse udfordringen i en dansk kontekst og sættes i spil af lokale frivillige i Danmark.

Et vigtigt opmærksomhedspunkt, som Ungdommens Røde Kors har stort fokus på, er det balancerede forhold til partnerne i Kenya. Det er vigtigt, at eleverne ikke forlader workshoppen med et indtryk af, at de løser problemer for nogle "hjælpeløse" kenyanere. Derfor skal de frivillige i Kenya være aktive spillere, og deres egne løsninger skal også komme på bordet.

EKSEMPEL

UNGDOMMENS RØDE KORS 'GLOBALE FÆLLESSKABER PÅ AFSTAND'

"Jeg vidste slet ikke, jeg kunne få de her idéer."



METODE OG KONCEPT

Engagementet skabes gennem workshops med kreativitet og ideer på tid. Ungdommens Røde Kors kalder denne metode for "sprint". Sprintøvelser får skoleelever til at forholde sig til problemer i Kenya og giver dem en oplevelse af, at de kan bidrage til løsninger i et større globalt fællesskab. Konkret tilbyder frivillige fra Ungdommens Røde Kors 4-5 timers sprint-workshops til skolerne. Efter et oplæg om Kenya præsenteres eleverne via film for et problem, der er udvalgt og formuleret af kenyanske frivillige, og som eleverne skal foreslå en kreativ løsning på indenfor nogle få timer. Selve workshoppen er bygget op af en række sprint-øvelser, hvor man har begrænset tid til at løse mindre delopgaver. Til sidst skal forslaget præsenteres via film og sendes til kenyannerne, der derefter kårer den vinder, som inspirerer dem mest til deres fortsatte arbejde i Kenya. Formålet med denne kåring er også at booste de danske unges eget engagement og mulighed for at prøve de mest oplagte løsninger af i virkeligheden. Som afslutning på projektet afholdes et større event, hvor en vinder blandt alle skolernes kåres af de frivillige i Kenya.

"Der er en enorm styrke i at mærke, at man ikke er alene i verden."



NÅR DET LYKKES

Ønsket er, at eleverne mærker, at de kan være en del af et større globalt fællesskab, hvor alle har en mulighed for at bidrage til løsningerne på nogle af de store problemer. Håbet er at skabe et generelt engagement i verden og handlekraft iblandt unge, og selvfølgelig også at eleverne hen ad vejen vil have lyst til at blive frivillige i Røde Kors, og at skolerne ønsker at få Ungdommens Røde Kors på besøg igen i forbindelse med andre projekter.

MÅLGRUPPE:

1. Skoleelever
2. Unge, der er engagerede i sagen

ORGANISATION

Ungdommens Røde Kors har udviklet en lang række metoder, som unge selv kan sætte i spil, og de har samarbejde med andre unge frivillige adskillige steder i verden.



GODE RÅD FRA UNG- DOMMENS RØDE KORS

- » Vær sikker på, hvorfor I gør det. Brug ressourcer på at få styr på formål og målgrupper.
- » Tag målgrupperne seriøst, og sæt jer ind i deres perspektiv.
- » Vær enormt opmærksom på ikke at falde i "white saviour"-fælden. Det er vigtigt, at relationen til eventuelle partnere i udlandet er ligeværdig.
- » Det skal gøres nemt at aftage – fx for skolerne. Sæt jer eksempelvis ind i deres undervisningsplaner.
- » Vær opmærksom på, at danske frivillige har virkelig travlt, og der er risiko for afbud. Hav en plan B – fx praktikanter – der kan tage over om nødvendigt.
- » Under workshoppen er det vigtigt, at lærerne blander sig udenom. Ideudviklingen skal være fri.

Oversigt

Organisation	Titel	Verdensmål	Bevilliget beløb
LGBT Asylum	'Leave no one behind' – Migration Policy Lab	Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 17: Partnerskaber for handling	99.469,00 kr.
CARE Danmark	Act now! Climate Justice and Global Solidarity campaign	Mål 13: Klimaindsats, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene	1.487.257,00 kr.
Colombia Solidaritet	"En revolutionær familie"	Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 15: Livet på land, Mål 10: Mindre ulighed	24.020,00 kr.
Støtteforeningen Det Danske Hus i Palæstina	Another story - en podcastserie	Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 17: Partnerskaber for handling	198.750,00 kr.
Skoleliv i Nepal	App udvikling for bedre sundhed og mindre junkfood	Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 2: Stop sult, Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 10: Mindre ulighed	94.970,00 kr.
Miljøbevægelsen NOAH	BeLikeAnts International	Mål 13: Klimaindsats, Mål 15: Livet på land, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 14: Livet i havet	747.700,00 kr.
Mercy Ships-Danmark	Brug din faglighed og skab bedre sundhed i Afrika	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 2: Stop sult, Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 4: Kvalitetsuddannelse	99.800,00 kr.
Landsforeningen for Økosamfund	BÆREDYGTIGHEDS & MODSTANDSDYGTIGHEDS FESTIVAL	Mål 13: Klimaindsats, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund, Mål 15: Livet på land, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion	491.105,00 kr.
Danish Muslim Aid	Civic Engagement in Denmark – through volunteer experiences from Syria	Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 17: Partnerskaber for handling	99.883,00 kr.
Amnesty International	Det personlige virtuelle møde mellem unge på tværs af grænser	Mål 13: Klimaindsats, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	1.471.494,00 kr.
DGI - Danske Gymnastik og Idrætsforeninger	DGI Verdensholdets verdensmål	Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 4: Kvalitetsuddannelse	197.690,00 kr.
AfriCAN	Diaspora Civic Engagement Project (DiCEP)	Mål 17: Partnerskaber for handling	95.295,00 kr.
Viva Danmark	Digital Justice	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	1.187.179,00 kr.
Danmission	Digitale handlingsfællesskaber for unge	Mål 13: Klimaindsats, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 15: Livet på land	749.977,00 kr.
100% for Børnene	Engagement af ældre borgere gennem børneformidling og Verdensmålsbingo	Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 17: Partnerskaber for handling	94.766,00 kr.
Morsø U-landsforening	Engagementsskabende aktiviteter i 3 udvalgte grupper på Mors	Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 15: Livet på land, Mål 7: Bæredygtig energi, Mål 17: Partnerskaber for handling	99.858,00 kr.
ADDA	Engagering af landbrugs-seniore i udviklingsarbejde i ulande	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 13: Klimaindsats	84.766,00 kr.
Flygtningebørn.dk	Er Flygtningene Forsvundet	Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 17: Partnerskaber for handling	98.044,00 kr.
DareGender	Et Momentum for Generation Equality	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 10: Mindre ulighed	99.998,00 kr.
Ingeniører uden Grænser (IUG)	Faglighed som brobygger til frivillighed	Mål 17: Partnerskaber for handling	961.582,00 kr.
Oxfam IBIS	Feminist Talks	Mål 10: Mindre ulighed, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	99.394,00 kr.
Folkekirkens Nødhjælp	Folkekirkens Nødhjælps ansøgning om COVID 19-støtte fra Engagementspuljen	Mål 13: Klimaindsats, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 2: Stop sult, Mål 1: Afskaf fattigdom	1.255.686,00 kr.
Dreamtown	Fra København til Kampala - Urbane unge for bæredygtige byer	Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 13: Klimaindsats, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene	906.223,00 kr.
Global Aktion - Mennesker & miljø før profit	Global Climate Justice Warriors	Mål 13: Klimaindsats, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 8: Anstændige jobs og økonomisk vækst, Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund	999.515,00 kr.
Skoleliv i Nepal	Global Girls - kampen for social retfærdighed	Mål 10: Mindre ulighed, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene	927.300,00 kr.
SPOR MEDIA	Global Stay Tours	Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 13: Klimaindsats, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 17: Partnerskaber for handling	199.995,00 kr.
Viva Danmark	Global Uge	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 2: Stop sult, Mål 1: Afskaf fattigdom	99.919,00 kr.
Ungdommens Røde Kors	Globale fællesskaber på afstand - uden at tage afstand	Mål 17: Partnerskaber for handling	99.785,00 kr.

Organisation	Titel	Verdensmål	Bevilliget beløb
Folkehøjskolernes Forening i DK (FFD)	Højskolerne engagerer lokalt – grøn handling med global inspiration	Mål 13: Klimaindsats, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	1.493.800,00 kr.
Football for a new tomorrow (FANT)	Ildrætsprojekter til at engagerer FGU- og højskolelever i udviklingsarbejde	Mål 7: Bæredygtig energi, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 2: Stop sult, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 9: Industri, innovation og infrastruktur, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 14: Livet i havet, Mål 13: Klimaindsats, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 6: Rent vand og sanitet, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 8: Anstændige jobs og økonomisk vækst, Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund, Mål 15: Livet på land	797.430,00 kr.
Verdens Skove	Junior Rangers skaber miljøbevidsthed i Gellerup	Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 13: Klimaindsats, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 15: Livet på land	749.877,00 kr.
Miljøbevægelsen NOAH	Klimaretfærdighed for alle unge	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 13: Klimaindsats, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	93.100,00 kr.
TES Skolen i Afrika	Kultur mødet - Viden - Dialog - Handling	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 10: Mindre ulighed	21.600,00 kr.
Seniorer uden Grænser	Involvement of Danish agricultural enthusiasts in development work	Mål 2: Stop sult, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 15: Livet på land	99.100,00 kr.
Dansk International Bosætningservice (DIB)	Nylænk	Mål 7: Bæredygtig energi, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund, Mål 9: Industri, innovation og infrastruktur, Mål 4: Kvalitetsuddannelse	974.000,00 kr.
Operation Dagsværk	Operation Dagsværks Solidaritetsturné 2020-2021	Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 13: Klimaindsats, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 10: Mindre ulighed	742.432,00 kr.
Bedre syn til Afrika	Optometristuderende engageres gennem udveksling	Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 1: Afskaf fattigdom	198.680,00 kr.
Rapolitics	Pieces for Peace in Palestine	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	648.055,00 kr.
Rapolitics	Re:ACT Human Rights	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	998.600,00 kr.
Dreamtown	Rejs med Verdensmålene	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund	999.750,00 kr.
Mellemfolkeligt Samvirke Actionaid	Sammen om Global Solidaritet	Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 13: Klimaindsats, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 8: Anstændige jobs og økonomisk vækst	1.469.468,00 kr.
Turning Tables	Solidarity and Creative Action During the Pandemic	Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 10: Mindre ulighed	699.311,00 kr.
Danish Development Research Network (DDRN)	South-North dialogue engagement about livelihoods	Mål 8: Anstændige jobs og økonomisk vækst, Mål 6: Rent vand og sanitet, Mål 9: Industri, innovation og infrastruktur, Mål 2: Stop sult, Mål 13: Klimaindsats, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 7: Bæredygtig energi, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 15: Livet på land, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 14: Livet i havet, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund	99.964,00 kr.
Kvinderådet	Talk Town 2021: Feminist Action for Global Change	Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 13: Klimaindsats	99.515,00 kr.
Tandsundhed Uden Grænser	Tandsundhed Uden Grænser: Sundere tænder – bedre fremtid	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 3: Sundhed og trivsel	98.757,00 kr.
Operation Dagsværk	Uddannelse af lokale changemakers og styrkelsen af regionale fællesskaber	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene	990.855,00 kr.
Ubumi Prisons Initiative	Ungdomsengagement i Danmark via kreative redskaber fra Syd	Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 1: Afskaf fattigdom, Mål 13: Klimaindsats, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 6: Rent vand og sanitet, Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 2: Stop sult	422.540,00 kr.
FIC	Ushirika Fiti - Practical Partnerships	Mål 4: Kvalitetsuddannelse, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion	999.950,00 kr.
Nyt Europa	Vejen til en ny og bæredygtig økonomi	Mål 13: Klimaindsats, Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene, Mål 10: Mindre ulighed	991.150,00 kr.
LGBT+Danmark	Volunteers for Global SOGIESC rights in Denmark	Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 16: Fred, retfærdighed og stærke institutioner	947.988,00 kr.
VedvarendeEnergi	Vores verden - vores fremtid	Mål 12: Ansvarligt forbrug og produktion, Mål 10: Mindre ulighed, Mål 13: Klimaindsats	567.613,00 kr.
Sex & Samfund	Global Fight for Sexual and Reproductive Health and Rights	Mål 3: Sundhed og trivsel, Mål 17: Partnerskaber for handling, Mål 5: Ligestilling mellem kønnene	100.000,00 kr.

LÆS OG LAD DIG INSPIRERE!

Otte måder at engagere danskere i global udvikling - Inspiration fra det danske civilsamfund er for dig, der gerne vil inspireres af andre organisationers ideer til skæve og sjove måder at engagerer befolkningen i global bæredygtig udvikling.