



Udenrigsministeriets  
Oplysnings- og  
Engagementspulje

## Segmentanalyse til at nå flere målgrupper

*Et nyt redskab til at oplyse og engagere flere  
målgrupper i global udvikling*



# Indhold

## Introduktion

Hvad er en segmentanalyse	4
Hvordan bruger man indsigterne?	5

## Værdibaserede segmenter

Overblik over de seks segmenter	7
Beskrivelser af hvert segment	8

## Tilgange og cases

Hvad betyder det for typen af aktiviteter?	27
Organisationer som målgrupper	27
Cases - Morsø, Global Girls og Verdensmålsbingo	28



# Introduktion

1



# Hvad er en segmentanalyse?

Et redskab til at indtænke flere målgrupper i  
oplysnings- og engagementsprojekter

## Hvad bidrager hæftet med?

- En bredere forståelse af, hvordan mennesker i Danmark tænker, føler og handler i relation til udviklingssamarbejdet og verdensmålene, med et særligt fokus på barrierer og potentialer for engagement og oplysning.
- En dybere indsigt i forskellige segmenters omverdensforståelse, og, hvad der udgør deres forståelser af det gode liv, samt hvad der appellerer til dem i forhold til oplysning og engagement.

## Hvad kan hæftet bruges til?

- At udfordre organisationer til at tage et kritisk blik på deres egen kommunikation - og hvem de typisk henvender sig til.
- At udfordre eksisterende fordomme og antagelser om andre mennesker.
- At kvalificere indsatser, så de aktivt understøtter potentialer for engagement og handling.

## Hvem har lavet segmentanalysen?

- DeltagerDanmarks og Eletica har udarbejdet segmentanalysen i 2022, hvoraf dette materiale er et uddrag lavet specifikt til at kunne inspirere projekter under OpEn.

# Hvordan bruger man indsigterne fra segmentanalysen?

1

## Et redskab til at udfordre antagelser

Brug indsigterne til at reflektere over jeres strategi: Hvem starter I med og hvad beder I dem om?

Udfordre jeres og andres antagelser om forskellige menneskers forståelser og handlemuligheder.

Tænk over, hvad de bredere implikationer af jeres indsats er: Hvordan påvirker en indsats målrettet ét segment, de andre segmenter?

2

## En måde at bygge på fælles værdier

Brug indsigterne til at forstå forskelle mellem segmenter for at fremme en fælles forståelse og sammenhold, så oplysnings- og engagementsarbejdet orienteres omkring de fælles værdier, da dette forebygger og modarbejder polarisering.

Byg engagementsindsatser op omkring fællesskaber: Hvad har folk til fælles og hvordan handler vi sammen på vores fælles drømme?

3

## Et dynamisk værktøj til gensidig læring. Ikke en statisk facitliste.

Segmenterne skal forstås dynamisk: Start hvor folk er og byg bro til deres værdier, men husk, at folk kan bevæge sig. Gennem samtaler, nære relationers påvirkning m.m. har alle potentiale til at bevæge sig.

Test løbende indsatser og budskaber: En segmentanalyse kan ikke alene give svaret på, hvordan forskellige mennesker engageres og oplyses. Det er en læreproces, hvor man hele tiden skal afprøve og blive klogere.



A photograph of two people sitting on a rocky cliff overlooking the ocean. The person in the foreground is an older man with grey hair, wearing a dark jacket, looking out at the water. The person behind him is wearing a blue hooded jacket. A large white circle is overlaid on the image, containing the number '2'.

2

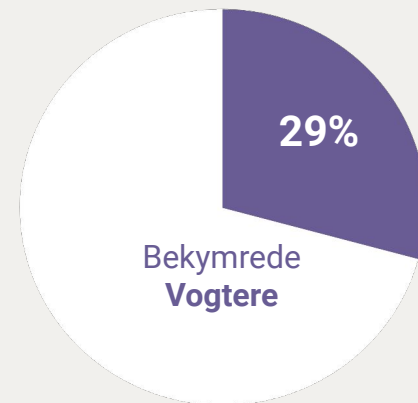
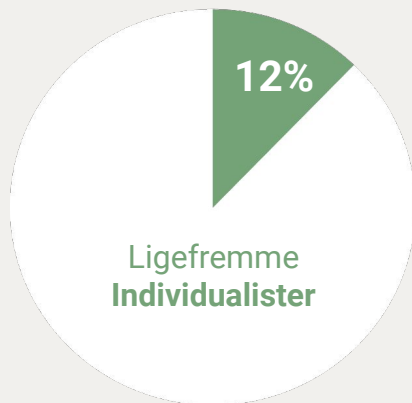
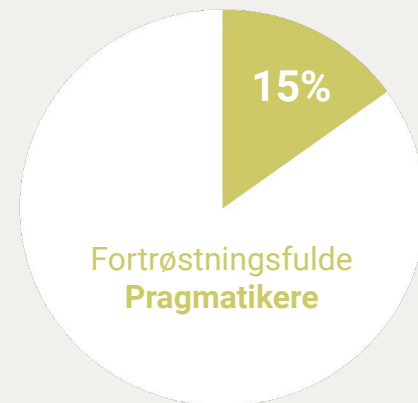
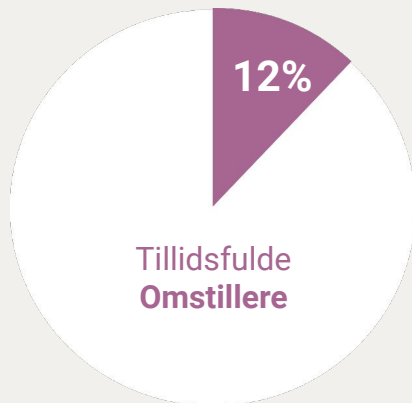
# Værdibaserede segmenter

# Værdibaserede segmenter

DeltagerDanmarks core belief model opdeler den danske befolkning i 6 segmenter, fordelt efter deres grundværdier.

Modellen er velafprøvet og bidrager med unik indsigt i individers værdimæssige afsæt, som har vist sig at kunne forudsige holdninger og adfærd.

Modellen er et supplement til klassiske demografiske og socioøkonomiske segmentanalyser.



***“Det er ikke retfærdigt at dømme andre mennesker ud fra fordomme. Vi er gode til så meget andet, bl.a. at ville vores nærmeste det bedste. Det er et medmenneskeligt træk, jeg har en forhåbning om, at de fleste vil bruge noget mere.”***

- Er orienterede mod nye muligheder, åbne overfor forandring og ændrer gerne adfærd, hvis det kan være med til at gøre en positiv forskel
- Synes der er for stor forskel på rig og fattig, tror på fællesskabet og udviser stor empati overfor mennesker, der kommer fra vanskelige kår
- Mener at staten skal sikre gode og lige vilkår og at den skal være mere ambitiøs, når det kommer til social retfærdighed
- Drives i mindre grad af egen vinding og i højere grad af medfølelse for andre
- Er ofte engagerede i at gøre en forskel, donerer penge, sidder i bestyrelser og er ikke bange for at påtage sig et ansvar



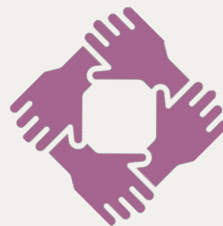
## Følelsesprofil

- **Det gør mig glad**, når der sker noget nyt eller vildt, som jeg ikke har prøvet før
- **Det motiverer mig** at handle sammen med andre, fx når vi laver bannere og tager til demonstrationer sammen
- **Det gør mig stolt**, når jeg er med til at gøre verden et bedre sted
- **Jeg bliver vred**, når min onkel kommer med racistiske bemærkninger
- **Jeg savner** struktur i min hverdag

## Motto

*Det har jeg ikke prøvet før,  
så det kan jeg sikkert godt*

## Handlekraft i fællesskaber



- **Oplever** at meget er vigtigt at engagere sig i, men de kan være flyvske og have svært ved at begrænse sig
- **Bidrager** med mange kreative ideer og har store visioner på fællesskabets vegne

## Rolle i samtaler



Tilhænger



Opponent



Tilskuer



Igangsætter

- **Tager initiativ** og bringer emner på banen i samtaler
- **Bliver indigneret** og tøver ikke med at tage afstand

## Lyt, fortolk, oplys, engager



### Samtaleåbnere

- Har du lyst til at være med i en ny måde at...
- Global ulighed får mig til at frygte fremtiden. hvordan har du det?
- Vil du være med til at gøre en forskel? Vi har virkelig brug for dig til at tage lederskab
- Fattigdom er et globalt problem, og vi skal råbe politikerne op

## Skab handling



### 3 appellerende handlinger

#### Nøgleord: Udvikling og visioner

1. Organisere debataftener og demonstrationer
2. Sikre at arbejdspladsen investerer bæredygtigt
3. Deltage i politiske kampagner



### Barrierer for handling

- Abstrakte drømme der ikke fører til handling
- Travlhed på grund af engagement i for mange sager

*“Jeg blev stemt på som årets kollega med den begrundelse, at jeg altid er klar på at hjælpe og har styr på tingene for ellers sejler det hele.”*

- Er solidarisk orienteret og mener, at der skal være langt større fokus på at skabe en bedre velfærd i Danmark og globalt
- Har en stærk retfærdighedssans og autoritetstro, og går ind for hårdere straffe
- Ser gerne, at man som individ bidrager, hvor man kan, men anerkender, at nogle mennesker kan stå i så svære situationer, at de har brug for statens hjælp
- Mener at staten er primært ansvarlig for at løse globale udfordringer.
- Tror på fællesskaber, donerer penge og engagerer sig gerne i foreninger og aktiviteter i lokalmiljøet, men vægter, at det skal gøres ordentligt
- Kan med afsæt i den sociale indignation være med til både at løfte og tilpasse sig forandringer, hvis det er afgørende for deres nærmiljø



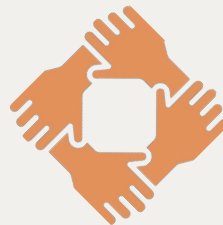
## Følelsesprofil

- **Det gør mig glad**, når jeg holder middag og fest for mine venner og familie. Deres nærvær gør mig i godt humør og jo mere vi kan ses, desto bedre
- **Det motiverer mig** at have ansvar. Når jeg har en arbejdsopgave, er det vigtigt for mig, at jeg leverer høj kvalitet
- **Det bekymrer mig**, når nogen i min familie er syg
- **Jeg bliver vred**, når andre ikke holder, hvad de lover
- **Det gør mig usikker**, når andre får ansvaret for vigtige opgaver

## Motto

*Hvis man skal ha' gjort noget ordentligt,  
skal man gøre det selv*

## Handlekraft i fællesskaber



- **Udvælger grundigt** hvilke projekter, de vil engagere sig i
- **Arrangerer** aktiviteter og er drevet af at få ting til at ske
- **Bidrager** med at være ansvarsbevidst og gå helhjertet ind i opgaverne

## Rolle i samtaler

- **X** **Tilhænger**
- **X** **Opponent**
- **Tilskuer**
- **X** **Igangsætter**
- **Deltager aktivt**, når det er emner, som de føler sig sikre i
- **Er inkluderende** og giver plads til andres perspektiver og holdninger
- **Kan være kritiske** indtil de er overbeviste

## Lyt, fortolk, oplys, engagér



### Samtaleåbnere

- Kender du FNs verdensmål? Hvad oplever du er uretfærdigt ved ulige adgang til sundhed?
- Vi ved fra tidligere kampanjer, at hvis vi støtter lærerne på blot én skole i en boliviansk i en landsby, så kan det gøre en stor forskel for børnenes fremtid.
- Jeg har lagt mærke til, at du er god til at få ting til at ske. Har du lyst til booke den lokale biograf, så vi kan vise dokumentarfilm om en måned? [konkret opgave, tal til kompetencer]
- Det er vigtigt for mig, at du tager dig god tid til at tænke dig om, før du siger ja, så vi gør tingene ordentligt

## Skab handling



### 3 appellerende handlinger

#### Nøgleord: Konkret handling og ansvar

1. Lave lokale biografvisninger og samtalsaloner
2. Blive indsamlingskoordinator på arbejdspladsen
3. Gå sammen om at blive venskabslandsby med en landsby i det globale syd



### Barriere for handling

- Når aktiviteter fremstår ineffektive og ikke er målbare
- Manglende rollefordeling og ansvar
- Skåltaler uden handling

***“Jeg har altid været optimistisk og er i hvert fald ikke modløs... Det nytter ikke noget. Hvis der er et eller andet problem, så finder jeg altid en positiv løsning på det.”***

- Går til verden med en pragmatisk tilgang, hvor der ikke er noget, der er sort-hvidt, hvorfor de sjældent positionerer sig i polerne
- Møder verden fortrøstningsfulde med realistiske forventninger, går sjældent forrest, men stiller sig heller ikke i vejen for nye tiltag og er motiveret af at handle, hvis noget er nært, let eller funktionelt
- Nærer stor respekt for de ældre og mener, at man skal opdrages til at have gode manér og empati overfor andre mennesker, fordi folks resultater i livet, når alt kommer til alt, er udenfor deres egen kontrol
- Mener, at traditioner er vigtige for dansk kultur, men de er samtidig åbne over for forandring, så længe de kan se et større formål med det
- Mener, at det er staten eller organisationer, der skal tage ansvar for global ulighed og realisering af verdensmålene



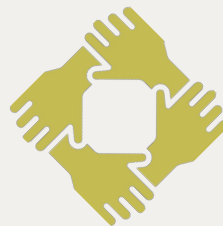
## Følelsesprofil

- **Det gør mig glad** at være kreativ og bruge mine hænder
- **Det gør mig stolt**, når jeg finder en god løsning på et af hverdagens problemer
- **Det bekymrer mig**, at samfundet bliver mere opdelt
- **Jeg bliver sjældent vred**, men det irriterer mig, når folk udtaler sig, som om de kender alle svarene
- **Jeg savner mine børn**, når jeg ikke er sammen med dem

## Motto

*Det skal nok gå det hele*

## Handlekraft i fællesskaber



- **Er sjældent i centrum**, men kan godt lide at hygge sig og hjælpe lidt til, så det hele glider
- **Bidraget** ved at være gode til at finde løsninger på små problemer men føler sig handlingslammede på de store dagsordener

## Rolle i samtaler

- Tilhænger
- Opponent
- Tilskuer
- Igangsætter

- **Elsker at lytte** og hjælpe andre med at løse konkrete problemer
- **Tager ikke entydigt stilling** i en samtale og kan virke lidt usikre og tilbageholdende

## Lyt, fortolk, oplys, engager



### Samtaleåbnere

- Vi samler en flok på torsdag. Er der nogle af dine familiemedlemmer eller venner, som du kunne have lyst til at invitere med? [knyt aktiviteter til den nære omgangskreds]
- Klimaforandringerne er noget af en mundfuld
  - Men jeg har en strikkeopskrift på genanvendelige vatrondeller. Har du lyst til at prøve den?
  - Men jeg har hentet nogle gamle cykeldele. Vil du være med til at bygge en ny, gratis cykel?

[kreativt og konkret]

## Skab handling



### 3 appellerende handlinger

#### Nøgleord: Nært og funktionelt

1. Blive frivillig i en lokal genbrugsbutik
2. Bidrage til dialogprojekt via egne børns spejdergruppe
3. Deltage i sygruppe, som udveksler kreative teknikker med venskabsby i det globale syd



### Barriere for handling

- Abstrakte dommedagsanalyser af en global udfordring
- Komplekse løsninger
- Ingen nære relationer at dele ideer til konkret handling i hverdagen med

*“Jeg var lidt af en rod dengang,  
men jeg tog mig sammen og  
arbejdede mig op til der,  
hvor jeg er i dag.”*

- Vægter individets frihed højt og bryder sig ikke om at blive begrænset af regler
- Mener ikke, at der er for stor forskel på rig og fattig i Danmark og bakker op om at sænke skattetrykket
- Er ikke i tvivl om, at folk der arbejder hårdt, vil opnå succes, og har en lav tolerance over for folk, der ikke bidrager
- Mener at mænd og kvinder har forskellige roller i samfundet
- Mener, at staten skal samarbejde med individet om at skabe de rette rammer for samfundets udvikling, og vægter økonomiske incitament
- Er drevet af rationelle og logiske argumenter og har en stærk “gør-det-selv” energi, som er en virksomhedsfuld ressource at bygge på i fællesskaber



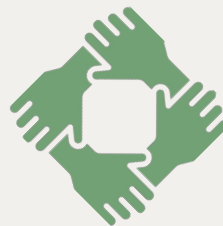
## Følelsesprofil

- **Det gør mig glad**, når der er et godt tilbud i byggemarkedet
- **Det motiverer mig** at se mit hårde arbejde bære frugt, fx når jeg efter en dag på havetraktoren kan se, hvordan haven står skarp og snorlige
- **Det gør mig stolt**, når mine børn får gode karakterer i skolen
- **Det bekymrer mig** at kriminaliteten stiger
- **Jeg bliver vred**, når jeg har lånt mit værktøj til en kollega, og han ikke har behandlet det ordentligt eller glemmer at aflevere det tilbage

## Motto

*Frihed under ansvar*

## Handlekraft i fællesskaber



- **Orienteret** imod fremskridt og individuel fremdrift
- **Træffer beslutninger** baseret på sund fornuft
- **Bidrager** med iværksætterånd, gør-det-selv-erfaring og stor viden om den nyeste teknologi

## Rolle i samtaler



Tilhænger



Opponent



Tilskuer



Igangsætter

- **Starter en samtale** og er altid klar på en god debat
- **Er ikke bange for at sige deres mening**, heller ikke selvom den er upopulær, og forventer, at andre gør det samme

## Lyt, fortolk, oplys, engagér



### Samtaleåbnere

- Hvordan tror du , at folk med flygtningebaggrund hurtigst kommer i job, så de kan forsørge sig selv og bidrage på arbejdsmarkedet?
- Lad os bare komme i gang med at gøre noget ved problemet. Så kan vi altid tage fat i kommunen, hvis det bliver nødvendigt.
- Vi har brug for en mand, der ved noget om at starte egen virksomhed. Hvad skal der til for at du synes, det kan betale sig at være mentor for unge afrikanske start-ups?

## Skab handling



### 3 appellerende handlinger

#### Nøgleord: Det skal betale sig

1. Bruge sin faglighed ved at udføre gratis operationer - og til gengæld få en gratis udlandsrejse
2. Deltage i Verdensmålsbingo med flotte præmier
3. Bidrage til grønne investeringsfonde



### Barriere for handling

- Bureautatisering af et lokalt initiativ
- Disrespekt over for den enkeltes ejendele
- Følelsesprægede fortællinger og tilgange

***“ Det giver mig noget at give til andre.  
Det er jo lidt selvisk, men det er  
rart, at der er nogen, der kan  
bruge en til noget.”***

- Har fokus på det nære og tror på det bedste i folk, særligt dem, de kan spejle sig i, og mener at velfærd er vigtigt, når det gælder børn og ældre, men også at familien og lokalmiljøet spiller en vigtig rolle
- Bakker op om en traditionel kønsmæssig arbejdsdeling, en opdragelse med gode manér og hårdere straffe for kriminalitet
- Føler sig ofte overvældede, modløse og utrygge ved samfundsudviklingen, ser helst at verden ikke ændres for meget, og at der skal være respekt for det Danmark, vi har i dag
- Mener, at det er staten der skal løfte ansvaret for samfundets udvikling, selvom de er åbne overfor at ændre adfærd, hvis der er et meget klart formål
- Motiveres af at gøre en forskel for deres nærmiljø - gerne gennem sociale aktiviteter og tætte relationer - og byder ind i fællesskaber med gæstfrihed og hjælpsomhed

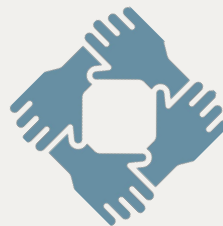
## Følelsesprofil

- **Det motiverer mig** at være noget for andre fx når jeg uddeler mad til det lokale folkekøkken
- **Det gør mig stolt**, når mine venner roser min mad. Jeg laver en rigtig god lasagne, og den går aldrig af mode
- **Det bekymrer mig**, at flere og flere har nok i sig selv
- **Jeg savner** min barndomshund Frida
- **Det gør mig ked af det**, når jeg føler, jeg ikke hører til. I sidste uge tog mine venner til en fodboldkamp uden mig, og det ramte et ømt punkt

## Motto

*Når man deler glæden, vokser den*

## Handlekraft i fællesskaber



- **Går ikke forrest**, men er loyale og står klar til at hjælpe og bakke op i fællesskaber, hvor relationerne er vigtige for dem
- **Bidrager** ved at skabe god stemning og medbringe hjemmelavet mad eller gaver

## Rolle i samtaler

- **Tilhænger** (marked with an X)
- **Opponent**
- **Tilskuer**
- **Igangsætter**
- **Har fokus på den gode stemning** og griner ofte
- **Siger sjældent noget kontroversielt**, og andre kan opleve, at de bliver talt lidt efter munden

## Lyt, fortolk, oplys engager



### Samtaleåbnere

- Kan du huske dengang vi [referér til tidligere fællesskabs-handlinger]. Skal vi ikke gøre det igen?
- Vi mangler en, der har lyst til at bage en kage eller sørge for, at der ikke er nogen, der sidder alene [social opgave]
- Vidste du, at den grønne omstilling for mange betyder et sundere arbejdsmiljø, så vi undgår at flere bliver syge?

## Skab handling



### 3 appellerende handlinger

**Nøgleord: Gør det socialt og trygt**

1. Være en del af fællesskabet i en genbrugsbutik
2. Lave mad til arrangement i lokalt medborgerhus
3. Bidrage til indsamling på egen arbejdsplads



### Barriere for handling

- Aktiviteter uden tilknytning til et eksisterende fællesskab
- Udskamning og konflikt
- Oplevelse af at omstilling kræver store personlige afsavn

***”Jeg føler mig ikke tryk, jeg er bange for mig og mine børns sikkerhed. Så nu lukker jeg nærmest ikke et øje om natten.”***

- Er bekymrede for den måde, samfundet udvikler sig på, og mener, at verden er ved at blive et mere og mere farligt sted
- Oplever, at der er for stor forskel på rig og fattig i Danmark men mener også, at det er vigtigt, at man arbejder hårdt for at opnå succes
- Holder af det Danmark, som de kender, og bryder sig ikke om socialt bedrageri og bakker op om hårdere straffe mod kriminalitet og en strammere udlændingepolitik
- Mener at staten har ansvaret for, hvordan samfundet udvikler sig, og skal være garant for, at der ikke sker for store forandringer
- Har svært ved at tage stilling til globale problemer, vægter det nære i form af børn, familie og arbejde og bruger ressourcerne på at fastholde stabilitet



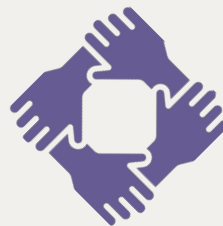
## Følelsesprofil

- **Det gør mig glad**, når min familie er samlet rundt om spisebordet
- **Det bekymrer mig**, at der er så lidt respekt for danske værdier
- **Jeg bliver vred**, når jeg ser unge mennesker smide skrald på gaden
- **Det gør mig ked af det**, når jeg tænker på alt det gode vi havde engang, som vi har glemt at passe på
- **Det gør mig bange** når jeg ser kolleger miste deres job

## Motto

*Vi skal passe på det, vi har*

## Handlekraft i fællesskaber



- **Orienterer sig** mod dem, de kender, og tager langt tilløb til at engagere sig i nye sager eller fællesskaber
- **Beskytter** de fællesskaber, de er en del af og er klar til at værne om tingene, som de er

## Rolle i samtaler

Tilhænger

Opponent

Tilskuer

Igangsætter

- **Bringer historier** med sig fra gamle dage
- **Kan være uforstående og bekymrede** over for nye temaer og tendenser, men lufter det ikke nødvendigvis

## Lyt, fortolk, oplys, engagér



### Samtaleåbnere

- Jeg er bekymret for, hvordan epidemier og global sundhed i fremtiden kan betyde for vores sundhed her i Danmark. Hvordan har du det?
- Jeg er bekymret for, hvad den grønne omstilling betyder for vores fremtidige jobs og velfærd. Hvad tænker du om det?
- Vi skal have fundet ud af, hvordan vi beskytter og klimasikrer lokalområdet. Vil du være med? [koble bevaring til små skridt for forandring]

## Skab handling



### 3 appellerende handlinger

**Nøgleord:** Handle for at bevare

1. Deltage i fagligt møde om jobsikkerhed
2. Tage familien med til det lokale, grønne banko
3. Deltage i lokal affaldsindsamling



### Barriere for handling

- Globale og abstrakte analyser af klimaforandringer
- Frygt og bekymring for forandring
- Hvis debatten opleves som moraliserende



4

# Tilgange og cases

## Hvad betyder analyse for typen af aktiviteter og geografisk prioritering?

Pointerne fra segmentanalysen kan bruges på mange måder, men overordnet peger det på en opprioritering af følgende aspekter:

- Mere lokale aktiviteter, som har en tættere tilknytning til hverdagen (både fysisk og emne)
- Arbejde mere strategisk gennem segmenterne “Tillidsfulde Omstillere” og “Retfærdighedssøgende Praktikere”.
- Mere socialt bårne aktiviteter gennem hverdagsrelationer (afsender skal tættere på modtager).

## Organisationer som målgrupper

Segmentanalysen har fokus på individer som modtagere af oplysnings- og engagementsaktiviteter, men det kan være gavnligt at indtænke organisationer som modtagere eller samarbejdspartnere fordi:

- Mange organisationer arbejder ikke med udvikling og verdensmål, fx fagforeninger, idrætsforeninger, kulturaktører, ungdomsorganisationer, virksomheder.
- Men disse kan fungere som “gatekeepers” til segmenter, der er svære at nå direkte. Derved engageres de tematisk gennem deres primære interesse, fx arbejdsliv, sport, kultur og kunst.
- Ofte vil det være nødvendigt at lave en kortlægning af præcis hvem man vil i kontakt med og dernæst foretage en håndholdt rekruttering ved at sende individuelle mails, foretage telefonopkald, tage kaffemøder, osv.

## CASE: Morsø U-landsforening - "Syfællesskaber"

"Det konkrete nedbryder fordomme"

Med projektet oplyste og engagerede Morsø U-landsforening borgere på Mors i organisationens indsatser i venskabsbyen Bukoba i Tanzania.

Aktive borgere i lokale syfællesskaber fra Mors fik online kontakt til tilsvarende grupper i venskabsbyen, så de kunne udveksle idéer til fremstilling af kreative produkter til videresalg. Foreningens egne medlemmer bliver bedre klædt på til at fortælle om projektet ved hjælp af en film og en folder om forholdene i Bukoba.

**Interessefællesskaber som metodisk greb:** Eksemplet handler om at bruge 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. Morsø U-landsforening valgte håndarbejde som fælles interesse af flere årsager. Foreningen har selv kompetencerne, og både målgrupperne i Danmark og Tanzania interesserer sig for håndarbejde.

Frem for 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.

## Case: Organisationen Skoleliv i Nepal - “Global Girls”

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

Oplysning og engagement blev skabt af organisationen Skoleliv i Nepal gennem vidensformidling og video. Pigegrupper (10-12) 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.

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.

**Identifikation gennem video som metodisk greb:** 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 velproducerede 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.

Udover at forholde sig til videoernes format (fx velproduceret vs. hjemmelavet, længde, osv.) er det vigtigt, at der tages stilling til, hvordan videoerne skal deles. Både format og platform skal passe til målgrupperne. Grunden til at Skoleliv i Nepal valgte 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.



## Case: 100% for børnene - 'Verdensmålsbingo'

“Børn fortæller bare nogle helt andre historier”

Engagement og oplysning skabes gennem børn, der formidler. Fire børn og unge mellem 8 og 18 år rejser til Kenya, hvor de mødes med en række aktivister og andre børn og unge for at undersøge 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 bingospil, der er bygget op omkring verdensmålene.

**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.

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 den ældre 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.

# Om DeltagerDanmark

**DeltagerDanmark** er en idébåret socialøkonomisk virksomhed. Vi hjælper alt fra medlemsorganisationer over aktivistgrupper til kommuner og ministerier med at nå deres mål ved at engagere borgere, medarbejdere eller medlemmer i at handle sammen på fælles problemer eller drømme.

Vi er specialister i organisering, involvering og engagement og bistår typisk kunder og samarbejdspartnere med konsulenttydelser inden for analyse, uddannelse og træning, konferencer, organisationsudvikling og kampagner.

**DEL  
TAGER  
DANMARK**

VI FORMER  
FREMTIDENS  
FÆLLESSKABER



**OP  
EN**

Udenrigsministeriets  
Oplysnings- og  
Engagementspulje

**DEL  
TAGER  
DANMARK**

VI FORMER  
FREMTIDENS  
FÆLLESSKABER