**Digitale handlingsfællesskaber for unge**

**1. Formål og relevans**

#MeToo, Black Lives Matter, Greta Thunberg og Fridays for future – den unge generation udnytter det digitale rum til at skabe opmærksomhed, handling og forandring uset hurtigt og på tværs af ikke kun lande men også kontinenter. Spørgsmål om social uretfærdighed og klima fylder og bevæger unge over hele kloden. Der er en stor lyst til at tage ejerskab og være med til at skabe forandring i fællesskab. Knapt 80% af unge mellem 18 og 35 er villige til at ændre livsstil for at beskytte naturen og miljøet, men kun 12% er meget aktivt i gang[[1]](#footnote-2). Der er altså stadig plads til forbedring og plads til at gå fra ord til handling. Og det er netop det Danmission gerne vil med denne indsats, nemlig at få de unge til at gå fra ord til handling i digitale fællesskaber omkring globale spørgsmål. Handling er første skridt på vejen til forandring. Digitale teknologier gør det muligt for unge at jonglere med mange fællesskaber på én gang og mange forskellige typer af fællesskaber. Med internettets medier har man fået mulighed for at komme tættere på det intime og autentiske, blandt andet inden for digitale handlingsfællesskaber omkring FN’s Verdensmål. Gennem den personlige beretning og visualisering kan kommunikatører være vigtige inspirationskilder i en tæt og tillidsfuld interaktion med brugerne. Derigennem produceres en oplevelse af ægthed og en kropslig forankring, der kan få indflydelse på vores holdninger og følelser omkring et emne. I mødet mellem kommunikatører og modtageren gøres abstrakte og svært tilgængelige problemstillinger personlige, når der sættes ansigt, billeder, lyd og ord på, og det bliver derfor lettere at forstå, relatere til og spejle sig i. Samtidig er der tale om en form for selvudvikling, hvor kommunikatøren selv oplever at blive løftet, sideløbende med at man agerer inspiration for andre. Denne måde at være i fællesskab på står i stor kontrast til den klassiske Danmission-frivillig, der typisk er +60, har forladt arbejdsmarkedet og bidrager med mange frivilligtimer om måneden i fysiske rum. Derfor har Danmission, som en del af sin nye engagementsstrategi, et mål om at “... *engagere flere unge, skabe flere sagsdrevne handlings-fællesskaber samt tilpasse Danmissions kommunikation til digitale platforme”*. Det betyder, at Danmission har øget sit fokus på bæredygtige handlingsfællesskaber og en styrkelse af formidlingen til den brede befolkning herunder især unge. Danmission har et mål om at skabe en fornyet frivilligkultur, hvor handlingsfællesskaber rækker langt ud over det at være frivillig til en kirkebasar eller i en genbrugsbutik, og hvor de frivillige er langt mere engageret i det arbejde, som Danmission laver ude i verden. Med denne indsats vil Danmission pilotere en, for organisationen, ny måde at række ud til unge på og afprøve helt nye måder at skabe digitale handlingsfællesskaber.

**Indsatsen kort fortalt**

Verdensmålene er en global plan for at løse klodens største problemer, og unge har en ret til at blive hørt og engagere sig i den plan, der former deres fremtid. Koblingen mellem det lokale og det globale er vigtig for at forstå, at selv små indsatser og forandringer kan blive til større bidrag imod opfyldelsen af Verdensmålene. Med denne indsats klæder Danmission 12 unge indgående på til at forstå nogle af de såvel strukturelle som nationalt lokale problemstillinger Danmission arbejder med og som retter sig direkte mod verdensmålene (især verdensmål 10, 13, 15, 16 og 17). Denne viden vil blive mangfoldiggjort og omsat af de unge, ved at skabe digitale handlingsfællesskaber for 1200 unge på landsplan. Indsatsen fokuserer på globale spørgsmål om religionsfrihed, fredelig sameksistens og retfærdig og bæredygtig fordeling og anvendelse af naturens ressourcer med udgangspunkt i Danmissions aktuelle arbejde i Asien, Mellemøsten og Afrika. Handlingsfællesskaberne igangsættes og plejes af i alt 12 nye kernefrivillige, der er blevet optaget på Danmissions formidlingsakademi (uddybes i afsnit 3) med efterfølgende deltagelse i et 6 mdrs. formidlingssprint. De 12 kommende kernefrivillige kommer enten fra Danmissions gruppe af perifere unge-frivillige, der ikke har stor viden om organisationens grundlæggende arbejde og så helt udefra kommende unge, som blot har hørt om organisationen og finder den interessant. På formidlingsakademiet skal de frivillige vælge en formidlingskanal (Instagram, Facebook eller YouTube) samt et fagligt fordybelsesområde – et såkaldt spor, der direkte relaterer sig til et af de tre nævnte fokusområder. På akademiet får de unge redskaber til at planlægge opbygningen af digitale handlingsfællesskaber. De får ligeledes undervisning i konstruktiv journalistik, deres valgte faglige spor, opbygning af kampagneplaner og strategisk kommunikation. Den konstruktive journalistik har til formål at sikre, at slutbrugeren præsenteres for et virkelighedstro billede af problemstillingen, begivenheder og verden, så personen på bedst mulig vis selv kan tage stilling til samfundet omkring sig. Som en del af akademiet deltager de unge i en studietur til et relevant programland, hvor Danmission har tilstedeværelse og hvor den tematiske undervisning bliver foldet ud og teori møder praksis. Efter endt ophold på akademiet indgår de unge i et formidlingssprint på seks måneder, hvor de løbende får sparring på deres indsats fra en kommunikationsmentor, der også fungerer som projektkoordinator. I alt er det målet at de 12 kommende kernefrivillige når ud til 14.400[[2]](#footnote-3) unge som kortvarigt har interageret med det indhold de har set, hvoraf 1200 af disse bliver engageret i digitale handlingsfællesskaber. Handlingsfællesskaberne, der er tematisk orienteret, har til formål at skabe handling, der er fremtidsorienteret, nuanceret, løsningsorienteret og kontekstualiseret baseret på fakta. Der lægges stor vægt på skabelsen af digitale handlingsfællesskaber, da vi ønsker at unge skal gå fra ord til handling, men med fokus på at forandring i det små også kan blive til en stor å. Alle, der tager del i de digitale handlingsfællesskaber, vil blive inviteret til ”Impact for Future” – en minifestival for at konsolidere momentum og skabe bro til andre af Danmissions frivilligtilbud.

**De digitale handlingsfællesskaber**

Unges digitale liv er stort, og i snit bruger danskerne 7 timer om dagen på medier[[3]](#footnote-4). Især unge bruger de digitale medier til at mødes i fællesskaber. De danner rammen om mange forskellige ting, f.eks. videoer fra fester, online spil, snak med venner, men det kan også være et fællesskab omkring køb af bæredygtigt tøj eller et opgør med sexisme eller social kontrol. Generelt for unge så smelter den digitale og analoge verden sammen og supplerer hinanden. Handlinger digitalt understøtter handlinger i den fysiske verden og omvendt. For Danmission er digitale handlingsfællesskaber båret af fællesskaber, hvor handling er let og konkret og knyttet til at gøre en forskel inden for et af Verdensmålene. Handlingsfællesskabet udspringer af en interesse i den sag, i dette tilfælde et af de tre tema-spor, og hvor den unge er villig til at gøre noget anderledes eller påbegynde en handling for at fremme ”sagen” eller skabe forandring. Handlingsideerne vil være simple og budskabet klart. Den konstruktive kommunikation er central og baseret på stærke billeder, små film og andet for at variere udtryk og form. Der vil også blive præsenteret løsninger på de problemer, der arbejdes med og koge disse ned til hverdagshandlinger for unge mennesker. Pointen med det digitale handlingsfællesskab er, at man mødes i handlingen sammen. Menneske til menneske. Den enkeltes handling deles med de andre i fællesskabet og ’nudger’ andre til at gøre det samme. Eksempler kunne være kun at drikke postevand i stedet for at købe vand på flaske, at finde alternativer til plastik, at købe mindre tøj, at være nysgerrig på den modsatte tro end ens egen, besøge en kirke eller en moské, eller at sige fra overfor en hård tone på nettet i en konkret debat. Handlingsmulighederne er utallige og begrænses kun af fantasien.

**En eksperimenterende tilgang**

At anvende digitale platforme til at skabe nye typer af handlingsfællesskaber på er en nyskabelse i en Danmission sammenhæng. Med denne indsats er der altså en høj grad af eksperimentering og projektet skal betragtes som en pilot med mulighed for skalering. Det er altså vigtigt, at Danmission både lærer af metoden og af hvordan unge engagerer andre unge i digitale handlingsfællesskaber. For de unge kernefrivillige vil der være en høj grad af kreativ frihed, og der lægges op til, at man hellere skal søsætte og afprøve sine mange kreative idéer og lade dem ”dø” hurtigt (fail fast) fremfor kun at forfølge enkelte idéer. Dette vil øge læringskadencen inden for hvad der virker og hvad der ikke gør. For en organisation hvor der er en udpræget tradition for at frivillighed er noget man gør sammen i den fysiske verden, er det en nyskabelse af eksperimentere med digitale fællesskaber, der sigter med at skabe forandring og ikke kun indsamling.

**Hvilke forandringer vi gerne vil opnå med indsatsen**

Igennem 200 år har Danmission sat rammen om mødet med “verden derude” og givet udsyn til en global verden – ikke bare på afstand og på overfladen, men været med til at skabe personlige møder, der satte sig dybe spor og påvirkede menneskers syn på sig selv og verden. Denne forandring hos mennesker ønsker vi at udvikle og finde nye måder på at skabe - især i en tid med det flygtige samfunds udfordringer og den digitale udviklings muligheder. Det er målet, at de 12 unge, der tidligere har haft et lavt kendskab til Danmissions arbejdsområder, men som støtter, at Danmission er en kristen trosbasseret organisation, via at indgå i vores formidlingsakademi tilslutter sig vores fokusområder for at være med til at ”lede” – og dermed blive en kernefrivillig, der handler vedvarende for sagen og skaber engagement og kendskab hos andre unge. Målgruppen går fra at være almindelige unge, der anvender forskellige typer af formidlingskanaler til traditionelt hverdagsindhold, til at bruge en udvalgt formidlingskanal til at opbygge kommunikative fællesskaber om bestemte globale emner for andre unge. Danmissions nye kernefrivillige tager lederskab og bruger dedikeret tid på at kommunikere om et tema der ligger dem på sinde til et voksende ungt publikum. Det forpligtende handlingsfællesskab skabes både hos de udvalgte frivillige, der ”leder” sagen og hos ”slutbrugeren” af formidlingen, der også har mulighed for at være en del af et handlingsfællesskab på tværs af tid, rum og sted.

**Bæredygtighed**

Danmission arbejder rettighedsbaseret med udgangspunkt PANEL principperne for øget social retfærdighed også i arbejdet med trossamfund, fredelig sameksistens eller ligelig og retfærdig fordeling af naturens ressourcer. Social retfærdighed og klima og miljømæssig ansvarlighed en vigtig del af det faglige indhold som de unge kommende kernefrivillige vil blive præsenteret for i undervisningen på formidlingsakademiet. Det er naturligt for Danmission at indtænke principper som diversitet og ligestilling qua den rettighedsbaseret tilgang ind i den udvælgelsesproces, som vil finde sted i forbindelse med formidlingsakademiet. Som en organisation, der arbejder mod FN’s Verdensmål, og som har stærke partnerskaber indenfor naturbevarelse ligger det os meget på sinde, at vurdere de klima- og miljømæssige konsekvenser af vores arbejde. Særligt i dette initiativ vil der være et stort CO2 fodaftryk ifm. flyrejser for de frivillige til Danmissions programlande. Selvom vi kunne have valgt at undlade studieturen for de frivillige ved vi, at det faktiske møde med ”verden udenfor Danmark” betyder rigtig meget for forståelsen af de problemer, vi adresserer ifm. Verdensmålene. Danmission udarbejder årligt et klimaregnskab, der bruges til at sikre at Danmission har så lille et CO2 fodaftryk som muligt taget vores aktiviteter og målsætninger i betragtning. Danmission har udarbejdet en regnskabsmanual, der beskriver principperne for de eksakte beregningsmetoder for udregning af CO2 fodaftryk og de vigtige overvejelser, der er nødvendige forud for hver årsopgørelse. Regnskabsmanualen definerer de metoder, hvormed vi indsamler, aggregerer og beregner data om de CO2-ækvivalenter, der stammer fra de aktiviteter, der er inkluderet i opgørelsen af ​​vores CO2-fodaftryk, herunder flyrejser for frivillige. Regnskabsprincipperne er baseret på drivhusgasprotokollen (GHG Protocol), som er en internationalt anerkendt standard, der anvendes af de fleste organisationer, der søger at redegøre for deres CO2e-emissioner.

**2. Om den ansøgende organisation - Danmission**

Danmission er en trosbaseret organisation, der har rod i den kristne tro. Danmissions historie går tilbage til 1821. Danmission arbejder med at; *fremme bæredygtig eksistens og arbejder for en retfærdig verden folk kan leve i og sammen*. Dette gør vi ved;

1. At styrke tro, håb og modstandsdygtighed ved at hjælpe lokale kirker og andre trossamfund til at have et stærkt og sundt teologisk grundlag hvorudfra globale og lokale spørgsmål om bl.a. klimaforandringer, social uretfærdighed og menneskerettigheder (herunder trosfrihed) kan blive diskuteret så det giver mulighed for deltagelse og handling.
2. At styrke opbygningen af inkluderende og retfærdige samfund, der bygger på fredelig former for konflikthåndtering
3. At styrke lokalsamfund til at kunne få adgang til, bruge og beskytte deres naturlige ressourcer for at mindske fattigdom og at forbedre bæredygtighed for mennesker og klode.

Organisationen er til stede i 12 forskellige lande på tværs af Afrika, Asien, Mellemøsten og Danmark. Danmission er på finansloven via en Strategisk Partnerskabsaftale med det danske udenrigsministerium, men får også midler fra EU, USAID, internationale filantropiske fonde, egne indsamlinger, private givere samt vores mange genbrugsbutikker. Internationalt anerkendes Danmission for at være en førende aktør inden for inter-religiøs dialog og fredelig sameksistens især i Mellemøsten samt inden for spørgsmål om hvordan teknologi kan anvendes til at styrke naturbevarelse. Danmission har blandt andet været med til at udvikle Libanons landsdækkende undervisningsmateriale i mangfoldighedsdannelse for den Libanesiske folkeskole, støttet Myanmars kvindelige præster i at skrive landets første feministiske teologi om blandt andet kvinderettigheder og har vundet FNs innovations Equator Prize for sit banebrydende arbejde med anvendelsen af teknologi i arbejdet med naturressourcebeskyttelse i Cambodja. Danmission trækker i dette initiativ på velkonsoliderede erfaringer fra blandt andet fra Danmissions ”Leaders for Interreligious Understanding”-program, der foregik i såvel Danmark som Mellemøsten, hvor faglig og journalistisk formidling i Danmark om ”den anden” viste, at undervisning kombineret med ”mødet med den anden” på tværs af Danmark og Libanon højnede den konstruktive journalistiske kommunikation efterfølgende i såvel Danmark som Libanon. Af erfaringer med digitale fællesskaber og online tilbud trækkes der på Danmissions Peace Innovation Program, hvor unge i alderen 18-30 engageres i en samskabelsesproces for at fremme lokale løsninger til fredsskabelse ved at bruge digitale platforme i Irak, Syrien og Libanon. Mentor og undervisningsforløbet blev styret udelukkende digitalt og modtog mere end 400 ansøgninger. I Danmark gjorde Danmission sig erfaringer med online rekruttering af frivillige i forbindelse med Covid-19 hvor organisationen lancerede kampagnen ”bliv coronafrivillig” med følgende landing page; coronafrivillig.dk, hvor flere end 200, herunder ca. 100 unge i løbet af få uger, meldte sig under fanerne til at hjælpe Danmission med blandt andet at være bestyrer af Instagram for en række af Danmissions genbrugsbutikker, da det ikke var muligt at have de fysiske genbrugsbutikker åbne på samme måde som før Covid-19. Det er altså erfaringen, at det digitale virker i forhold til at nå nye målgrupper. Med dette initiativ trækker organisationen sine erfaringer fra programarbejdet ind i det danske engagementsarbejde og bygger dermed bro mellem program, engagement og kommunikation.

**Netværk**

Danmission har et stort og bredt netværk - både af frivillige og professionelle aktører. *Det frivillige netværk* er organiseret på stiftsniveau og indebærer ti lokale stiftsbestyrelser, som repræsenterer det lokale engagement i hele stifter. På landsplan har Danmission omkring 8000 frivillige – som dækker over frivillige i genbrugsbutikker, kirker, foredragsholdere og dem, der er med til at støtte økonomisk. *Det professionelle netværk* består af en række samarbejdspartnere både nationalt og internationalt. På det nationale plan har vi et tæt samarbejde med Folkekirken om Konfirmand Aktion samt med provstier om udsendelse af volontører og med en del sogne om indsamlingsaktiviteter og foredragsvirksomhed (uddybes i det nedenstående). Ungdomsforeningerne FDF og KFUM&K har vi samarbejde med om relevante og aktuelle projekter – eks. at engagere deres medlemmer i globale projekter. Derudover er der en række af efterskoler og højskoler, som vi rekrutterer unge fra og løbende samarbejder med om forskellige projekter. Ligeledes kan nævnes en række uddannelsesinstitutioner, hvor vores projekter på forskellig vis er aktuelle for studerende og lærere. Det være sig via projektforløb, praktik, studiejob, faglig udvikling og projektsamskabelse. Det gælder fx. Københavns Universitet, Diakonhøjskolen, VIA University College, Professionshøjskolen Metropol og Diakonissestiftelsen.

Danmission har i en lang årrække arbejdet med to forskellige oplysningstilbud til unge omkring vores arbejde og dermed Verdensmålene. Tilbuddene følger begge samme metode; 1. at rejse ud og 2. at formidle i Danmark efterfølgende. Det gælder programmet Konfirmand Aktion, som har eksisteret siden 1994 samt et tilbud om at blive sendt ud som volontør for et bestemt provsti. Fra begge tilbud har vi erfaring med at rekruttere unge, lave introkurser og hjemkomstkurser, uddanne dem i formidling (både digitalt og igennem fysiske foredrag) samt at skabe en platform, hvor de kan komme ud med deres budskab. Igennem engagerende undervisningsaktiviteter, små videoklip "udefra", oplæg og en digital “aktionsmaskine” engageres primært konfirmander til at tage del i det arbejde, som udføres i vores partnerlande – eks. Zanzibar. Igennem oplysning og konkrete aktionsforslag opfordres de til ikke blot at være passive lyttere, men til at være aktive medborgere i en global verden. De engageres i et eller flere af Danmissions kerneområder, som eks. arbejdet med religiøse minoriteter, minoritetsrettigheder og interreligiøs dialog. Konfirmanderne kan følge med via opslag på Facebook og Instagram og opfodres også til at tage del i kampagnen ved selv at uploade billeder med et fælles hashtag. Et eks. herpå er kampagnen “Its our forest too” med afsæt i Danmissions skovbevarelsesarbejde i Cambodja, hvor Danmission fik danske konfirmander til at tage billeder med skilte de havde skrevet under på og poste på Instagram med samme #. Derefter samlede vi det hele på en plakat og sendte til aktivisterne i Prey Langskoven i Cambodja. Derefter sendte de en video tilbage til konfirmander i DK med en tak for støtten/opbakningen. Udover Konfirmand Aktion udsendes årligt et mindre antal volontører til et af vores program/partnerlande. I tre måneder er volontørerne en del af et projekt i det pågældende land og afholder efterfølgende omkring 30 foredrag i de provstier, som har udsendt dem. Her benyttes ligeledes både digitale og analoge formidlingsmetoder. For begge forløb er der en fysisk begrænsning på hvor mange unge der kan nås ud til.

Danmission afholder hvert år sommerlejre for børn og unge. Det er den yngste aldersgruppe af engagerede i Danmission. For nogle af deltagerne går de videre til selv at blive lejrledere. Det forudsætter ikke en tæt tilknytningsfølelse til Danmission, men er i højere grad motiveret af det sociale fællesskab mellem lejrlederne. Herefter vælger nogen at rejse ud som Global Fortællere eller Provstivolontører og knyttes tæt til Danmission - især under deres ansættelse. Det er primært unge med en kirkelig tilknytning, som er interesseret i disse tilbud og det er kun muligt at tilbyde få pladser om året. Efter denne tid kommer der ofte en tid med sabbatsårsaktiviteter som rejseaktiviteter og højskoleophold, hvor deres geografiske tilhørssted ændres. Det kan derfor være vanskeligt at fastholde engagementet og en del glider væk fra organisationen blandt andet fordi der ikke er andre typer af fællesskaber eller tilbud, der appellerer til dem. Vi er udfordret af blot at have få relevante handlingsfællesskaber for netop denne gruppe – hvorfor vi ønsker at udforme nye fællesskaber at blive en del af – der er et tomrum her og et stort behov for at skabe flere rammer for engagement. Dem der forbliver i organisationen, er typisk engageret i Danmission stort set resten af deres liv - på forskellig vis alt efter livsomstændigheder. De kan betragtes som “kernefrivillige” og giver “et livslangt engagement” og dedikerer både tid og penge til organisationen.

**3. Selve indsatsen**

Indsatsen har overordnet set to formål: For det første at udbrede Danmissions arbejde med Verdensmålene og øge kendskabet til vores kernesager. For det andet at skabe et globalt udsyn og danne unge/målgruppen til at tage aktiv del i det omgivende samfund ved at give dem en oplevelse af at gøre en forskel.

|  |  |
| --- | --- |
| **På kort sigt:** At 1200 unge på landsplan i Danmark kender til Danmission og oplever relevans, ejerskab og tilgængelighed i at tage aktiv del i globale problematikker og omsætter disse til handlinger, der kan være med til at sikre målopfyldelsen af FNs Verdensmål.  **På lang sigt:** At skabe et bæredygtigt engagement hos unge frivillige som ikke blot er kortvarigt, men som på sigt bidrager til et større netværk og flere frivillige i Danmission. | |
| **Delmål A** | **Success kriterier** |
| A.1. At 12 unge gennemfører Danmissions formidlingsakademi med efterfølgende deltagelse i et 6 mdrs. formidlingssprint | A.1.1. 12 unge gennemfører hele undervisningsforløbet og tilkendegiver, at de føler sig klar til at omsætte deres nye viden og læring til praksis.  A.1.2. Minimum 10 ud af 12 unge gennemfører hele det 6 mdr. lange formidlingssprint. |
| **Delmål B** | **Success kriterier** |
| B.1. At de 12 unge mobiliserer min. 1200 andre unge til at engagere sig igennem digitale fællesskaber med udgangspunkt i det nye dybdegående kendskab til Danmissions arbejde. | B.1.1. At der er indenfor en 6 måneders periode etableres handlingsfællesskaber, der tilsammen engagerer 1200 unge indenfor de tre tematiske spor.  B.1.2. Deltagerne af de digitale handlingsfællesskaber oplever relevans og ejerskab og at dette har ledt til konkrete handlinger. |
| **Delmål C** | **Success kriterier** |
| C.1. At de 12 unge vælger at blive ambassadører for Danmissions arbejde i 2021 ved at initiere og lede mindre grupper af frivilligindsatser i organisationen, der fremmer globalt udsyn og danner unge til at tage aktivt del i deres omgivende samfund. | C.1.1. Minimum 10 unge er medarrangører af mini-festivalen ”Impact for Future”  C.1.2. Minimum fire frivillige indsatser er initieret og påbegyndt i første halvår af 2022, der alle rummer aspekter, der fremmer globalt udsyn og danner unge til at tage aktivt del i deres omgivende samfund. |

**3.1. Målgruppen**

Målgruppen for indsatsen inddeles i tre niveauer - den primære, sekundær og tertiære.

**Den primære målgruppe** af nye kernefrivillige består af 12 unge mænd og kvinder i alderen 18-30 år[[4]](#footnote-5) fra hele landet (Danmark), der enten er i gang med et sabbatår eller netop er i gang med deres videregående uddannelse, og som gerne vil markere sig som frivillig på en sag, de interesserer sig for. Den primære målgruppe er interesseret i at kommunikere budskaber og har allerede gjort sig erfaringer inden for det at formidle via Instagram, Facebook eller YouTube. De har enten tidligere været eventfrivillige i Danmission, men uden at større kendskab til kernearbejdet, eller har hørt om organisationen, men aldrig været frivillig i den. Den primære målgruppe, med udgangspunkt i CISUs engagementspyramide bliver ”leder” af frivilligt arbejde i Danmission. Se Annex 1 for en samlet risikovurdering af at nå ud til og fastholde målgrupperne.

**Den sekundære målgruppe** består af 1200 unge i alderen 16-30 år, der er villige til at ændre deres livsstil eller ændre små hverdagshandlinger for at beskytte mennesker og klode for en mere bæredygtig fremtid, men som endnu ikke tager aktiv del i sådanne handlinger. Den sekundære målgruppe består af unge, der bliver en del af Danmissions nye digitale handlingsfællesskaber. Den sekundære målgruppe, med udgangspunkt i CISUs engagementspyramide ”tilslutter sig” Danmissions arbejde og er med til at skabe forandring gennem hverdagshandlinger.

**Den tertiære målgruppe** er 14.400 unge i alderen 16-30, der bliver eksponeret for indhold omhandlende et af de tre tematiske spor. Kendetegnende er at de har set og læst et opslag, en video, hørt en explainer i mere end 1,7 sekunder[[5]](#footnote-6), hvis de kommer ind via mobilen, og 2,5 sekunder på computeren[[6]](#footnote-7). Dermed har de ikke blot scrollet herover indholdet men er stoppet op og har forholdt sig til det digitale indhold er interessant eller om de skal scrolle videre. Undersøgelser[[7]](#footnote-8) har vist at når man først har set de første tre sekunder af en video går mindst 65% videre til at se 10 sekunder og 45% går videre til at se 30 sekunder. Denne type viden indarbejdes i de måltal de frivillige løbende holder øje med i deres monitorering af eget arbejde for at kunne optimere formidlingen undervejs. Den tertiære målgruppe, med udgangspunkt i CISUs engagementspyramide ”observerer” kun. Den tertiære målgruppe skal forstås som en procesmålgruppe, der bruges til at nå den sekundære målgruppe. Der er tale om en tragtmodel hvor der, ved at nå ud til mange bliver mulighed for at nå ud til netop de 1200, der ønsker at være med til at forandre. Denne tese bygger på Impactr undersøgelsen (tidligere nævnt i indledningen) af at mange unge faktisk er interesseret i gøre en forskel, men kun men mindre procentdel tager aktiv del i at løse problemerne.

**Hvordan den primære målgruppe oplever relevans**

I forhold til frivillighed ved vi fra Center for Socialt Frivilligt arbejde[[8]](#footnote-9), at unge er mere flygtige i deres frivillige engagement end ældre. Mange unge vil gerne være med til at gøre en forskel sammen med andre, for andre. Flere eksperter peger desuden på, at det er vigtigt, at unge bliver involveret i og gjort ansvarlige for de aktiviteter, de deltager i, og at de ikke bare kommer og ”får noget færdigt serveret”. Omvendt skal opgaverne være konkrete og tilgængelige for at appellere til unge. Unge under uddannelse eller unge på arbejdsmarkedet har større tilbøjelighed til at engagere sig i frivilligt arbejde end andre unge[[9]](#footnote-10). Frivilligindsatsen skal derfor favne en høj grad af samskabelse og mulighed for at gøre noget konkret; indsatsen skal være tidsbestemt og afgrænset og give mulighed for at være frivillig på en ny måde i et forpligtende ungefællesskab. Det er vores erfaring, at det er vanskeligt at opretholde et egentligt handlingsfællesskab for unge, hvor de engagerer sig på den lange bane. Denne erfaring stemmer godt overens med en nylig undersøgelse (2019) af unges tidsmæssige engagement[[10]](#footnote-11). De unge vil gerne involveres over en overskuelig periode og kunne være med i et projekt fra start til slut. Derfor har Danmission også succes med det afgrænsede tilbud til Globale Fortællere og Provstivolontører, hvor der laves kontrakt for hhv. 8 og 6 mdr. Herefter er det op til de unge, hvorvidt de ønsker at fortsætte engagementet. Da Danmission kun har et fåtal af lignende projekter at engagere sig i efterfølgende, er der mange unge, der glider væk fra organisationen – enten for en tid eller helt. Med dette projekt vil vi netop tage dette hensyn – at lave et afgrænset forløb, hvor de unge, efter kontraktens forløb, kan vælge at fortsætte i et andet projekt eller med andre opgaver. Men det skal være muligt at slutte engagementet indenfor en overskuelig tidsramme.

**Hvordan den sekundære målgruppe oplever relevans**

Det er vigtigt i denne tilgang, at der arbejdes ud fra en ung-til-ung metode og at der arbejdes kreativt med formidlingen. Indsatsen skal opleves relevant for målgruppen, hvilket der sikres, ved at de unge tager udgangspunkt i deres egen hverdagssituation samt livs- og verdensopfattelse. Det handler både om hvilket indhold, som den unge målgruppe opfatter som relevant for deres jævnaldrende samt om udtryksformen – hvordan budskaberne kommunikeres ud. For at gøre det mest muligt relevant for målgruppen, skal de 12 unge formidle ud fra deres egne erfaringer og hvordan de selv gerne vil kommunikeres til og med. Det drejer sig eks. om sprogbrug, vinkling af budskabet, kommunikationsform (sange, digte, billeder, film, illustrationer, podcasts, osv.), hyppighed og mængde af indhold. Der sker en vigtig identifikation mellem de unge – modtagerne kan identificere sig med budbringerne, hvis de oplever, at der bliver talt ind i deres egen kontekst og de bliver mødt i de udfordringer og muligheder, man har det sted i livet. Det skaber troværdighed til temaet og gør det lettere for dem at engagere sig. Samtidig med dette fokus skal også nævnes vigtigheden af, at de 12 unge har tilknyttet mentorer og fagpersoner, som bidrager med faglig viden, men også følger den dannelsesrejse, som de unge kommer på igennem forløbet. Den nye læring skal faciliteres i klare rammer og der tages hånd om de processer, som især den primære målgruppe kommer til at gennemgå.

**3.2. Planlægning**

Initiativet starter 1. januar 2021, ved at der ansættes en projektleder, der vil være dedikeret halvdelen af sin tid til dette initiativ. Tidsforbruget vil selvfølgelig variere over tid og være mere arbejdsintensiv i nogle perioder kontra andre. I starten af forløbet vil den første 1½ måned blive anvendt til detalje planlægning af undervisningen og rekrutteringsforløbet. Der er afsat 1 måned til rekrutteringsprocessen, for at give potentielle ansøgere tid til at opdage muligheden for at søge formidlingsakademiet. Derefter vil der være 14 dages udvælgelses proces efterfulgt af formidlingsakademiet, der strækker sig over to måneder inklusive studietur. Arbejdet på akademiet udmønter sig i en 6 måneders formidlingssprint, der afsluttes med en mini-festival under navnet ”Impact for Future”. Slutteligt afsættes der 1 måned til evaluering, regnskab og en afsluttende rapport. I alt varer initiativet 12 måneder.

**Rekruttering**

Den primære målgruppe rekrutteres via en kombineret online og analog kampagne. Den analoge kampagne vil henvende sig til eksisterende Danmission netværk af unge, tidligere frivillige og deltagere og andre relevante Danmission fora. Målet med den analoge kampagne er at komme i kontakt med tidligere deltagere fra Danmission-lejre, træninger og arrangementer; deltagere, der ligger inden for vores målgruppe, men som aldrig har været inde i kernen af Danmissions arbejde. Onlineannonceringen vil være målrettet unge, der holder sabbatår eller er påbegyndt en videregående uddannelse og som ikke har en tilknytning til Danmission, men som har hørt om organisationen. Der vil både være tale om organisk deling af opslag på Facebook og Instagram om tilbuddet via eksisterende kontakter og unge-fora og om målrettet annoncering ift. alder og interesser. Der vil også blive gjort brug af lead ad annoncering og Facebook Pixel til at sikre, at momentum for kampagnen fastholdes og for at sikre en målrettet annoncering. I kampagnematerialet vil der være fokus på video og animeret infografik (som Danmissions grafiker står for) kontra rent billedbasseret annoncering, da der er større respons på det første. Kombinationen af organiske opslag og annoncering på Facebook og Instagram har med succes været anvendt i forhold til at rekruttere unge som Globale Fortællere og nye frivillige i genbrug (corona-frivillige). De to rekrutteringsformer vil understøtte hinanden i at nå ud til dem, der har lavt kendskab til Danmission, og som kunne have interesse i at søge om optagelse på akademiet. Der vil blive rekrutteret fra hele Danmark og dermed ikke blot fra de største byer i landet. Optagelse på formidlingsakademiet foregår via en motiveret ansøgning, der vil være i formatet af et online ansøgningsskema, hvor deltagerne skal uddybe deres motivation for at deltage i Danmissions formidlingsakademi og det efterfølgende formidlingssprint, egen baggrund samt hvilket emne og hvilken formidlingskanal, de er interesseret i.

**Udvælgelsesprocessen**

På baggrund af kriterier som: flair for digital kommunikation, personlige egenskaber som åbenhed og nysgerrighed og gå på mod samt den motiverede ansøgning, vurderer en komité bestående af projektlederen, en tematisk rådgiver og Danmissions HR-konsulent de indkomne ansøgninger og udvælger 20, der efterfølgende kommer til en personlig samtale. Den personlige samtale danner basis for at udvælge de 12 deltagere, der tildeles en plads på Danmissions formidlingsakademi. Netop denne udvælgelsesproces er vigtig, da Danmission skal kunne stå bag alle 12 formidlere.

**DELMÅL A - Formidlingsakademiet**

Akademiet er opbygget således, at der er tid til elevernes almindelige liv ved siden af, hvorfor undervisningen foregår i weekender eller online om eftermiddagen. De 12 udvalgte deltagere vælger i formidlingsakademiet et af de i alt tre tematiske spor. Hvert spor har tværgående elementer om menneskerettigheder og spørgsmål om retfærdighed. Generelt for alle tre spor er, at der er fokus på at koble globale spørgsmål og problemer med unges hverdagsliv i Danmark for at skabe hverdagshandling i fællesskab. Det er netop summen af mange små handlinger, der skaber en stor forandring.

**SPOR 1: At have lov til at tro på det man gerne vil / eller til ikke at tro på noget**

For mange er deres rum til at give udtryk for åndelighed og religion under pres rundt omkring i verden. Religiøse fortolkninger misbruges til at støtte diskrimination, vold, had og hævn. De i forvejen mest udsatte grupper lider mest under angreb af voldelig tale (diskriminerende, nedsættende og hadefuld tale) og voldshandlinger, for eksempel når de bevist stigmatiseres eller gøres til syndebukke. I SPOR 1 er der fokus på retten til at kunne tænke frit, have samvittigheds- og religionsfrihed samt at kunne have forskelligt ståsted, frit dele idéer og tanker samt retten til ikke at tro på noget. SPOR 1 tager udgangspunkt i Danmissions arbejde med Tros- og Religionsfrihed[[11]](#footnote-12), støttet af Udenrigsministeriet og EU, i Mellemøsten med fokus på Libanon. Et arbejde, der skal styrke kvinders rettigheder og dæmme op for religiøst betinget ulighed for kvinder – både blandt kristne og muslimer i Libanon. I arbejdet fremhæves religion og interreligiøs dialog som positive værdier og vigtige redskaber i arbejdet med at dæmme op for undertrykkelse og diskrimination af både kristne, muslimer og andre religiøse grupper. Selvom loven i Libanon i princippet giver religions- og trosfrihed, så er det nemlig stadig gamle patriarkalske normer, der dominerer både teologisk og juridisk praksis. Projektet opbygger nye netværk og alliancer mellem religiøse ledere, civilsamfundsaktører og politiske beslutningstagere, der alle kan påvirke de religiøst betingede strukturer, der bidrager til at begrænse muligheder og rettigheder for det enkelte menneske – og særligt for kvinder. Derudover iværksættes en stor oplysningskampagne for at engagere offentligheden i de samme spørgsmål.

**SPOR 2: At kunne leve fredeligt sammen med andre og være ok med forskellighed**

At leve sammen side og side i fred og fordragelighed, er ikke en selvfølgelighed. Hverken ude i verden eller herhjemme i Danmark. Dette tema sætter fokus på hvordan de store konflikter udløses og hvordan de kan løses ved også at starte i det små. Fokus er på at vise hvordan man kan skabe øget tolerance og fredelig sameksistens, hvor den anden er accepteret som den person, han eller hun er, og dermed en del af fællesskabet / samfundet på lige fod med alle andre. SPOR 2 tager udgangspunkt i Danmissions arbejde med fredelig sameksistens på Zanzibar hvor der arbejdes med interreligiøs dialog. I samarbejd med ZANZIC er der blevet skabt en diplomuddannelse, hvor unge bliver uddannet i for eksempel fredsskabelse, religionshistorie og kommunikation. Efter to års uddannelse får eleverne ansættelse i organisationer, kommuner, kirker eller andre religiøse institutioner og hjælper dem i det interreligiøse arbejde. Derudover har ZANZIC et stort ungdomsarbejde, hvor unge kristne og muslimer mødes i for eksempel et fodboldhold eller en filmklub. Arbejdet omfatter også kvindegrupper samt undervisning i lokalsamfund og på koranskoler om menneskerettigheder og fred. Fælles er at ZANZIC er det kraftcenter, hvor religiøse ledere mødes og snakker om den rolle, religion spiller i samfundet i Zanzibar. Det er også her at imamer og præster mødes om større sager for at skabe fælles budskaber til medierne for at afbøde ulmende konflikter.

**SPOR 3: En retfærdig og bæredygtig fordeling og anvendelse af naturens ressourcer**

Overudnyttelse af naturressourcer udgør en reel fare for menneskeheden. I øjeblikket er verdens befolknings forbrug væsentligt større end planetens kapacitet til at regenerere sine ressourcer og håndtere vores spild. Det betyder, at det at bevare naturlige ressourcer som ferskvand, skove og mineraler er et afgørende også i forhold til at sænke hastigheden af klimaforandringerne. Fokus i SPOR 3 er på at vise hvordan små grønne handlinger kan gøre en stor forskel, hvis bare vi er mange nok. SPOR 3 tager udgangspunkt i Danmissions arbejde med skovbevarelse i Cambodja hvor Danmission sammen med Københavns Universitet, det cambodjanske IT-firma WebEssentials og lokale skovaktivister har udviklet en app til mobiltelefoner, som gør aktivisterne i stand til at kortlægge den omfattende ulovlige fældning af bl.a. de værdifulde rosentræer på samme niveau som naturvidenskabelige forskere, på trods af at aktivisterne ikke er lige så godt uddannet. Den data, som aktivisterne indsamler anerkendes internationalt som den mest troværdige data omkring illegal skovhugst i Cambodja. Udover at dokumenterer hvor og hvor hurtigt træerne falder beviser dataene også, hvilke negative konsekvenser skovhugsten har for dyr, planter og miljøet i og omkring skoven og dermed potentielle konsekvenser for klimaet. Derudover har aktivisterne også mulighed for på app’en at registrere de mange trusler, som de bliver udsat for i deres kamp for at bevare naturens ressourcer.

**Digitale formidlingsformer**

Danmission har valgt at fokusere på tre digitale formidlingsplatforme – som organisationen allerede selv er til stede på, nemlig YouTube, Facebook, og Instagram og YouTube hvorfor der let kan skabes sammenhæng mellem de unges kommunikation på de unges og Danmissions platforme. Platformene er også valgt fordi de netop udgør de tre største sociale mediekanaler i Danmark[[12]](#footnote-13) også i en unge sammenhæng. Selvom, der er mange ligheder ved de tre platforme har de også hver deres karakteristika og kan derfor noget forskelligt. På Facebook interagerer folk mere med tætte venner og familie, hvorimod på Instagram interagerer folk mere med den offentlige sfære – med offentlige personer og med virksomheder. Facebook er generelt lidt bedre end Instagram til at tilfredsstille menneskers behov for at føle sig som handlingsaktører, samt anerkendt og forbundet med andre mennesker, hvorimod Instagram er lidt bedre til at tilfredsstille folks behov for afslapning, sjov og inspiration. Altså en lidt mere “legende” og “eksperimenterende” platform[[13]](#footnote-14). Facebook er meget mere holdningsladet end Instagram. Der er altså et større forum for at lægge op til diskussion og debat, og at lave indhold hvor man tager stilling til de tematikker man arbejder med. Instagram bruges generelt meget til at opdage nye nicher og til at finde inspiration til handling. Video giver større engagement og på YouTube er der mere tålmodighed med længden af videoen (fordi man kommer der for at se video) end der er på Facebook, hvor det skal det være kort, for der er man for at få et overblik. Instagram derimod er visuel storytelling i forklædning og kan vække følelser på en helt anden måde. Alle tre kanaler rammer de 16-30-årige, der har et højt forbrug af disse kanaler. De unge frivillige på formidlingsakademiet vælger selv den kanal, der passer bedst til den måde de er gode til at formidle på. Indsatsen anvender en ‘single channel approach’ for at kunne komme i dybden med den platformstype, den frivillige vælger. For at få optimalt udbytte af platformen bruges der ikke generisk materiale til alle platforme. Den frivillige skaber unikt indhold til sin platform, der passer til den fordel netop den platform har ift. at nå ud til andre unge. For hver formidlingskanal vil der være specifik undervisning i, hvordan man formidler engagerende og konstruktivt på den valgte kanal med det valgte indhold. Det er vigtigt at forløse den kreativitet, unge har i de rette rammer og med den rette portion støtte og mentorskab. Det er netop denne kreativitet Danmission ønsker at lærer af og understøtte samskabelsen af. Danmission ved altså ikke på forhånd præcist hvordan de digitale handlingsfællesskaber kommer til at se ud, da det ligger i konceptet at der er en høj grad af udtryksfrihed i de unges formidlingsmåde, dog under ansvar, inden for lovens rammer og ud fra principperne om konstruktiv (og kritisk) journalistik. Udover den konstruktive journalistik vil der også være undervisning i principperne for en god dialog og omgangstone på nettet og hvordan dialogiske metoder, med rod i Danmissions mange- årige arbejde med selv samme, skal danne basis for samtaler, debatter og anden kommunikation med personer, der kan være mere eller mindre uenige med den frivillige – og måske udtrykker det voldsomt. Projektlederen står til rådighed i de situationer, hvor en frivillig ikke længere føler sig på sikker grund, eller hvor der opstår en situation, hvor der er behov for professionel bistand for at beskytte den frivillige.

**Undervisningens opbygning**

I undervisningsmaterialet tages der udgangspunkt i såvel de store strukturelle problemer inden for hvert spor, cases fra Danmissions arbejde, eksempler på hvad der kan være en del af løsningen og så klare koblinger til hverdagslivet for unge i Danmark. Hvert tematisk spor vil have 4 deltagere og undervisningen vil have karakter af master classes. Undervisningen forestås af højt specialiserede Danmission medarbejdere, eksterne social medie eksperter og projektlederen, der selv har en baggrund som kommunikationsekspert.

**Første weekend internat:**

Fredag aften -

* Introduktion og ryste sammen øvelser v/ projektlederen

Dag 1: Lørdag

* Undervisning i tematisk spor 1,2 og 3: Holdet inddeles efter tematisk spor og får undervisning i det emne, de har valgt at fordybe sig i resten af dagen. Undervisningsmaterialet består både af global viden om tematikken, eksempler fra Danmissions arbejde bredt og en landespecifik case, hvor man arbejder i dybden med lande casen. Undervisningen forestås af Agnete Holm, Seniorkonsulent Teologi og Dialog, Andreas Dybkjær-Andersson, Tematisk rådgiver i Fredsskabelse og sameksistens og Ernst Jürgensen, Seniorkonsulent Naturbevarelse og bæredygtighed.
* Om aftenen vil der være fokus på det sociale for at skabe en følelse af fællesskab i gruppen faciliteret af projektlederen

Dag 2: Søndag

* Refleksioner fra dag 1 i fællesskab faciliteret af projektlederen
* Fællesundervisning i konstruktiv og kritisk journalistik herunder god tone på nettet samt relevant dansk lovgivning v/ Danmissions journalist og digitale redaktør.
* Undervisning i selvvalgt formidlingskanal: Dermed inddeles holdet på nye måder afhængig af kanalvalg. Her inddrages tre eksterne undervisere der er specialiseret i de individuelle formidlingskanaler
* Tak for i dag og på gensyn.

**Online brainstorm mellem internaterne:**

Hvert tematisk spor mødes via Microsoft Teams platformen og laver (på baggrund af en introduktion til kampagneplaner) en brainstorm på deres kampagneplan ved hjælp af Miro[[14]](#footnote-15) (en online whiteboard-platform, der er bygget til kollaborativ brainstorming i et digitalt rum) under ledelse af projektlederen. Hver deltager skal udarbejde en simpel plan for kernebudskaber, der bruges af den enkelte til at lave digitale handlingsfællesskaber ud fra.

**Anden weekend internat:**

Fredag aften

* Gensyn og hvad er der sket siden sidst faciliteret af projektlederen.

Dag 3: Lørdag

* Undervisning i strategisk og ikke-konfliktskabende kommunikation v/ projektlederen
* Holdet inddeles i de tematiske spor hvor deltagerne hver især arbejder videre på deres kampagneplan. Dette faciliteres af projektlederen.
* Om aftenen gives der præsentation til outcome mapping v/ projektlederen

Dag 4: Søndag

* Oplæg om digitale handlingsfællesskaber v/ Tom Bangslund, Netværkskonsulent i Danmission
* Hver deltager udarbejder nu ideer til handlingsfællesskaber, der kobler det tematiske spor til hverdagshandlinger i en dansk sammenhæng v/ Tom Bangslund
* Hver deltager laver nu udkast til deres kampagneplan, der inkluderer igangsættelse af handlingsfællesskaber for kommunikationssprinten, som der arbejdes på frem til det planlagte online tjek ind. Dette faciliteres af projektlederen

**Online tjek ind efter sidste internat:**

Deltagerne sender deres færdige kampagneplaner til projektlederen, der laver et tjek ind med alle deltagerne i plenum. Plenum er valgt som metode, da deltagerne kan få inspiration fra hinanden samt reflektere over eget arbejde. Deltagerne opfordres også til at bruge hinanden som sparringspartnere.

**Studietur**

Som led i den faglige uddannelse tilrettelægges der en studietur for hvert spor til det Danmission programland, der tematisk passer til sporet. Landevalget er som følger: SPOR 1: Beirut, SPOR 2: Tanzania/Zanzibar og SPOR 3: Cambodja. Studieturen vil vare 14 dage (inklusive rejsedage). Studieturen er bygget op således at Danmissions lokale kommunikationsmedarbejder er rejseleder. På den måde vil hver studietur blive ledet af en person med stærkt lokalkendskab, stærke kommunikationsevner og en der taler både engelsk og det lokale sprog. Turen hjælper eleverne til at internalisere den teoretiske viden, de har fået om deres spor gennem selv at opleve virkeligheden på tæt hold. Der vil være tale om at besøge Danmissions samarbejdspartnere, besøge lokale, der via tolk kan fortælle deres historier og at lade de unge have tid til at forstå nogle af de strukturelle problemer, der ligger bag ved den valgte tematik. Turen bruges også på at producere billed- og video materiale, der passer til de unges kampagneplan. Studieturen er således også en produktionstur, hvor Danmissions lokale kommunikationsmedarbejder støtter op omkring materiale produktion, konstruktiv og kritisk journalistiske principper, m.m. Dermed er der afsat timer til at den lokale kommunikationsmedarbejder kan fungere som rejseleder i det pågældende land.

Grundet covid-19 er gennemførelsen af en studietur selvfølgelig forbundet med en vis usikkerhed. Skulle det ikke være muligt at rejse på det pågældende tidspunkt, vil Danmission anvende online mødemetoder for at skabe forbindelse mellem deltagerne og personer berørt af problemstillingerne ude i verden. De unge afholder selv udgifter til forsikring og flybillet i forbindelse med studieturen, dette for at sikre et aktivt engagement i indsatsen.

**DELMÅL B - Formidlingssprint – 6 mdr.**

Det er samlet målet for formidlerne, at der gennem berøring med 14.400 unikke brugere (den tertiære målgruppe, der er en procesmålgruppe og som de frivillige kan bruge annoncekroner på at nå) engageres 1200 unge fordelt over en række digitale handlingsfællesskaber. Det er på forhånd ikke til at sige hvor mange handlingsfællesskaber, der ender med at være. De frivillige kan vælge kun at fokuserer på skabe et stort handlingsfællesskab eller mange små fællesskaber – dette er op til dem. Centralt er at formidlingen bæres af den personlige relation, af sagen og engagementet og har til formål at engagere den sekundære målgruppe, skabe kendskab til Danmissions arbejde og aktualisere arbejdet således, at de unge engagerer sig i debat, delinger, refleksioner, handlinger, m.m. Formidlingen skal bygge bro mellem det, der sker ude – og det, der sker her i Danmark. Formidlingen skaber en fællesskabsfølelse og udbygger de unges viden om deres egen verden og verdenen udenfor. Handlingsfællesskaberne skal opleves inkluderende, dialogbaseret og kreativt relevante. Der skal være plads til debat, forskellige holdninger, kort fra idé til handling og aktionsbaseret. Der skal være plads til den lille forskel og den store idé, der bliver afprøvet. Handlingsfællesskaberne er impact baseret, dvs. der arbejdes med at der skabes impact og dermed at der rækkes udover blot at skabe bevidsthed om en problemstilling, men giver plads til at handle på problemet og dermed bidrage til et større hele. Projektlederen, der selv har baggrund i kommunikation og er indfødt ift. de anvendte digitale platforme, fungerer som mentor og sparringspartner for de unge i løbet af hele sprinten. De unge har på denne måde en faglig bagstopper uden at få indskrænket det kreative rum. Projektlederen har også en kvalitetssikringsfunktion med ansvar for at de frivilliges kommunikation overholder Danmissions generelle retningslinjer og dansk lovgivning (som de præsenteres for på internat 1). Rent strukturelt vil projektlederen løbende tjekke ind med de unge og facilitere at de unge mødes online efter behov. Der vil også være mulighed for de frivillige at have kontakt med hinanden via en fælles WhatsApp gruppe eller lignende og mulighed for fysisk at mødes eller samarbejde. Med en WhatsApp gruppe bliver der mulighed for let kommunikation til hele gruppen og understøtter gruppens følelse af at være en del af et fællesskab hvor det er let at hente inspiration og hjælp fra peers. De unges kommunikation bygger på det faglige materiale, de har indsamlet i løbet af studieturen samt den undervisning de har fået på internatet. Projektlederen er instrumentel i at sikre, at den løbende kommunikation og viden, der kommer fra programafdelingen samt relevante landekontorer og som er relevant for de unge frivilliges kommunikation, bliver formidlet til dem. Dermed tænkes der også i aktualitet. Danmission grafikker står til rådighed for de frivillige med layout og grafisk opsætning efter behov.

**Impact for Future – en minifestival**

Alle unge, der har været en del af de aktive handlingsfællesskaber, vil blive inviteret til et fysisk event. Dette event tjener overordnet set tre formål; at styrke de *sociale relationer*, øge kendskabet og skabe mere *dybdegående viden* om Danmissions kernesager, samt at invitere til *fortsat handling og engagement*.

Arrangørerne af denne dag er de 12 unge (den primære målgruppe) i samarbejde med projektlederen.

***Fællesskabet styrkes:*** På eventet er der mulighed for at skabe en personlig relation uden for det digitale liv og fællesskab. Den primære målgruppe møder deres formidlingsgruppe (den sekundære målgruppe) personligt, hvilket vil styrke relationen. Det er en mulighed for at mødes med andre unge, som er kommet til at brænde for den samme sag som dem selv og samtidig skabe en følelse af fællesskab - man er samlet om de samme sager. Dagen får præg af festivalstemning med madboder fra alverdens køkkener, underholdning og mulighed for at mingle rundt blandt nye og gamle bekendte. Der er afsat midler i budgettet til et forplejningstilskud for at sikre lave priser på mad til deltagerne. ***Øget kendskab og viden:*** De tre kernesager er en vigtig del af programmet på denne dag. Det skal være muligt at tilegne sig mere videnom den pågældende sag – eks. igennem workshops, inspirationsoplæg (talks a la Ted talks), debatforum og besøg af “stemmer udefra”, som kan bidrage til et endnu stærkere engagement for sagen. De 12 unge vil hver især stå for små workshops og debatoplæg koncentreret om det fokus, de har valgt hver især. Deltagerne vil således få mulighed for at tilegne sig viden om flere forskellige temaer og projekter, men også have mulighed for at gå mere i dybden med enkelte temaer. “Stemmer udefra” kan fx være livestreaming af hilsen og oplæg fra de tre lande, som de unge har været på studietur til. Det kan være, at deltagerne allerede har mødt disse personligheder igennem formidlingssprinten og det kulminerer således i et “levende” møde. ***Fortsat handling og engagement:*** På dagen vil der være flere elementer af konkrethandling og deltagerne inviteres med i kreative og underholdende måder at samle penge ind til de tre bestemte sager/formål. Samtidig vil eventet fungere som en krog til at præsentere Danmissions engagementskatalog for de nye potentielle frivillige. På “markedspladsen” vil det være muligt at møde nogle af de andre unge, der allerede er engageret i Danmission, og man kan blive klogere på hvordan man kan engagere sig yderligere, fx som Global Fortæller eller volontør. Her er det også muligt at snuse til genbrugslivet og blive inspireret til mere genbrug i hverdagen.

***Program og tema:*** Temaet for dagen vil være Programmet for dagen vil være i tidsrummet 11.00-20.00 og højst sandsynligt foregå i Aarhus. Indholdet vil rumme et indslag ved en forholdsvis kendt person, f.eks. Melvin Kakooza eller Kasper Gross, der relaterer sig til aldersgruppen og dagens tema. Temaet for dagen vil være “Impact for Future”, hvilket signalerer en anerkendelse af at unge kan påvirke fremtiden og en anledning til at de inviterer flere unge med ind i handlingsfællesskabet for at gøre en forskel i verden.

11.00: Åbning af dagen v/kendt person (det kunne fx være en videohilsen fra miljøministeren)

12.00: Madboder åbner (Madboder inviteres til at deltage, men sælger mad på kommercielle vilkår)

13.00: Workshops, debatforum og talks #1

14.00: “Markedsplads”: Med speeddating om “sager”, mulighed for at shoppe i Pop Up genbrug, få repareret ødelagte ting eller give nyt liv til gamle ting i “Re-use standen” samt at møde nogle af de andre unge i Danmission

16.00: Workshops, debatforum og talks #2

17.00: Workshops, debatforum og talks #3

18.00: Bæredygtigt folkekøkken (plantebaseret) m/ comedyindslag

20.00: Hæng ud og tak for i dag!

**DELMÅL C - Langsigtet fastholdelse af de nye kernefrivillige**

Som en del af vores langsigtede mål tilbydes både den primære og sekundære målgruppe, at blive en del af et større netværk af unge, der er engageret i Danmission på forskellig vis. Med de nye kernefrivilliges viden og de nye handlingsfællesskaber er der potentiale for de unge bidrager til at styrke det faglige kendskab til Danmission i blandt de andre unge i og udenfor organisationen. De nye unge kernefrivillige vil i tæt samarbejde med engagements- og kommunikationsafdelingen i Danmission have mulighed for at hjælpe med at fremme et globalt udsyn hos ikke aktive unge og bruge sine erfaringer til at række ud til nye unge, der kan være med til at tage aktivt del i deres omgivende samfund. De nye frivillige vil således ikke blot indgå i, men også selv være med til at skabe nye handlingsfællesskaber. Der vil således også være fokus på at tilbyde de 1200 i handlingsfællesskaberne at fortsætte fællesskabet efter endt projektperiode eller at blive en del af andre Danmission fællesskaber. Et halvt år efter endt projektperiode vil der blive lavet en foreløbig evaluering af hvorvidt Danmission er på vej til at opnå delmål C, der relaterer sig til dette projekts langsigtede mål.

**Monitorering og evaluering**

Der skelnes mellem den løbende monitorering som vil bestå af outcome mapping og måling af responsen på den digitale kommunikation samt den endelige evaluering. For at kunne lave løbende hurtige tilretninger i kommunikations- og engagementsindsatsen anvender Danmission outcome mapping, hvor forandringer løbende spores og sammenholdes med den løbende registrering af responsen (kliks, likes, kommentar, nye uploads fra brugere, antal følgere, visningstid og delinger, m.m.) på den digitale kommunikation. Måltal vil selvfølgelig være tilpasset platformen og kommunikationsplan. De frivillige modtager undervisning i outcome mapping og vil løbende udfylde et outcome mapping skema for at holde øje med effekten af deres indsats på baggrund af fastsatte progress markers og måltal. De frivilliges outcome mapping føder ind i slutevalueringen, der metodisk tager udgangspunkt i outcome harvesting, som er Danmissions primære evalueringsredskab for kvalitative målinger. Der vil blive foretaget en outcome harvest i slutningen af projektperioden for at indsamle evidens omkring delmål A og B og en tilsvarende outcome harvest på delmål C et halvt år senere for at fange potentielle langsigtede outcomes. Dermed rækker delmål C udover projektperioden og hvad der er muligt at beskrive i en afsluttende projektrapport for denne indsats.

**3.3. Metoder**

Dette initiativ er i en Danmission sammenhæng nyskabende. Danmission har altid udelukkende haft fokus på fysiske fællesskaber. I forbindelse med Covid-19 blev det klart for Danmission hvor skrøbelige fysiske fællesskaber er når man ikke kan mødes. Mange organisationer inklusiv Danmission blev nødt til at forholde sig til skrøbeligheden i det frivillige engagement og til at ny-udvikle initiativer, der dels nåede nye målgrupper, og omfattede nye måder at mødes på og at være engageret på. Her er der et stort potentiale i de digitale fællesskaber som Danmission ønsker at høste erfaringer med. En anden erkendelse er, at Danmission ikke kender unges måder at danne fællesskaber på digitalt godt nok. Med dette initiativ lægger vi altså den kreative proces ud til de unge for at lære at deres måde at kommunikere og engagere på.

**Stemmer fra udviklingslande**

Stemmer fra Cambodja, Tanzania og Libanon inddrages på flere niveauer i denne indsats. De kernefrivilliges første møde med stemmer fra Danmissions tre udvalgte programlande bliver via integreret cases i undervisningen. Casene vil blive skabt i samarbejde med Danmissions partner organisationer og vil både bestå af skrevne artikler og video materiale med ’rights holders’, der fortæller. Casene vil blive brugt som eksempler på de strukturelle problemer, som Danmission adresserer via sit arbejde. Næste gang de nye kernefrivillige møder stemmer fra udviklingslande er i forbindelse med studieturen, hvor der vil blive skabt bro mellem de cases, der er fremstillet i undervisningen og dem der står med problemerne ude i vores programlande. Hvor muligt vil de frivillige møde de personer de er blevet præsenteret for i casene på internatet. Danmission har stor erfaring med mødet mellem ”nord og syd” og vigtigheden af at møde de mennesker sagen handler om. Det er i mødet med den anden, at nuancer skabes og fordomme nedbrydes. Derfor er det fysiske møde et vigtigt supplement til undervisningen, samtidig med at sagen bliver internaliseret i individet på en langt dybere måde.

**Principper for undervisning og kommunikation**

Konstruktiv journalistik fordrer en nysgerrig og afbalanceret fremgangsmåde, hvor man forpligter sig til ikke kun at påpege problemerne, men også afdækker løsninger, skaber relationer med modtageren og får dem til at engagere sig[[15]](#footnote-16). Den konstruktive journalistik insisterer på at tage afsæt i problemerne og tør fokusere på fremtiden ved at spørge åbent: Hvordan kan vi gøre det bedre næste gang? Og bidrager dermed til at den offentlige debat også bliver orienteret mod løsninger og fremtiden[[16]](#footnote-17). Der vil blive undervist i principperne for konstruktiv og kritisk journalistik. De frivillige skal anvende principperne i deres digitale kommunikation samt principper for ikke konfliktskabende kommunikation. Projektlederen spiller i kommunikationssprinten en vigtig rolle i at støtte de frivillige i at fastholde de konstruktive journalistiske principper ved at kunne give dem sparring og løbende feedback på deres formidling. Projektlederen vil også være opmærksom på kommunikationens framing som et led i den ikke konfliktskabende metode. Dette er også at betragte som en kvalitetssikringsmekanisme så organisationen hele tiden kan stå inden for de frivilliges kommunikation og samtidig give dem en høj grad af frihed. Det er vigtigt for Danmission at de frivillige modtager seriøs faglig undervisning, hvorfor organisationen stiller specialiserede rådgiver til rådighed som undervisere. Danmissions digitale redaktør, forestår undervisningen af de frivillige i konstruktiv og kritisk journalistik mens den tematiske undervisning vil blive varetaget af tre fagspecialister fra Danmissions programafdeling, der alle tre har mange års erfaring både inden for et af de tre tematikker og de lande, der er planlagt studietur til. De er hver især specialister inden for de forskellige fagområder og dermed modtager de frivillige undervisning på et højt fagligt niveau.

1. Supplerende finansiering

Den supplerende finansiering til denne indsats er sikret via Danmissions egne indsamlede midler og budgetmæssigt allokeret til denne indsats. Den supplerende finansiering dækker en del af løn og overhead for projektlederen (en halvtidsstilling) og en medarbejder samt aflønning af undervisere på formidlingsakademiet. Dertil kommer en medfinansiering af minifestivalen. Som deltagerbetaling står de frivillige selv for udgiften til flybillet og forsikring i forbindelse med studieturen.

1. <https://www.campaignlive.co.uk/article/year-ahead-cultural-trends-age-conscious-consumerism/1669332#:~:text=According%20to%20the%20Global%20Shapers,and%20state%20of%20the%20world> [↑](#footnote-ref-2)
2. Ifølge Danmarks Statistik var der i 2018 598.390 unge i alderen 16-24 år. [↑](#footnote-ref-3)
3. DR Medieforskning, Medieudviklingen 2019 [↑](#footnote-ref-4)
4. For at kunne rejse ud med Danmission på en studietur skal man være fyldt 18 år. [↑](#footnote-ref-5)
5. Graham, J. and Simo, F., 2016. [*Facebook And Twitter: Users Process Mobile Content Faster*](https://adage.com/article/digitalnext/facebook-twitter-mobile-content-consumed-differently/302397). [online] Adage.com i Facebook IQ. 2016. *Capturing Attention In Feed: The Science Behind Effective Video Creative*. [online]: <<https://www.facebook.com/business/news/insights/capturing-attention-feed-video-creative>> (Tilgået 20.9.2020). [↑](#footnote-ref-6)
6. <https://www.facebook.com/business/news/insights/capturing-attention-feed-video-creative> (Tilgået 12.9.2020) [↑](#footnote-ref-7)
7. [https://adage.com/artic le/digitalnext/facebook-twitter-mobile-content-consumed-differently/302397](https://adage.com/article/digitalnext/facebook-twitter-mobile-content-consumed-differently/302397) (Tilgået 19.9.20) [↑](#footnote-ref-8)
8. <https://www.tuborgfondet.dk/wp-content/media/2018/06/Unges-deltagelse-i-civilsamfundet_Kortlaegning-_Online-version_01062018.pdf> (Tilgået 21.9.2020) [↑](#footnote-ref-9)
9. <https://www.tuborgfondet.dk/wp-content/media/2018/06/Unges-deltagelse-i-civilsamfundet_Kortlaegning-_Online-version_01062018.pdf> (Tilgået 21.9.2020) [↑](#footnote-ref-10)
10. <https://studenterhuset.com/wp-content/uploads/2019/12/ebog_med_cover.pdf> [↑](#footnote-ref-11)
11. <https://um.dk/da/udenrigspolitik/enheden-for-religions--og-trosfrihed/> [↑](#footnote-ref-12)
12. Medieudviklingen 2019, DR Medieforskning, 2020 [↑](#footnote-ref-13)
13. <https://www.themarketingguy.dk/forskellen-pa-facebook-og-instagram-din-markedsforing/> (tilgået den 14.9.2020) [↑](#footnote-ref-14)
14. [www.miro.com](http://www.miro.com) [↑](#footnote-ref-15)
15. Håndbog i konstruktiv journalistik, Marlene Bjerre & Cathrine Gyldensted, 2014 [↑](#footnote-ref-16)
16. En konstruktiv nyhed - et opgør med pressens negative verdenssyn, side 44 Ulrik Haagerup, 2012, Forlaget Ajour. [↑](#footnote-ref-17)