1. **Formål og relevans (vores omverden)**

*Hvilke forandringer hos jeres målgruppe ønsker I at opnå med indsatsen?*

* *Hvordan vil indsatsen fremme målgruppens engagement og deltagelse omkring udviklingssamarbejde*

Formålet med ”Global uge” er *at oplyse og engagere danske børn og deres familier i den globale dagsorden igennem aktiviteter i børnehøjde og desuden rykke vores egne frivillige længere op i engagementspyramiden*. Projektet indeholder 4 dages SFO-aktiviteter for børn i alderen 6-9 år. Ugens aktiviteter er sammensat, så børnene på egen krop oplever, hvad det vil sige at være barn i et udviklingsland.

Målet med indsatsen er at give børnene en oplevelse af social uretfærdighed, så de opnår en bevidsthed om, at ikke alle børn lever på samme privilegerede måde som dem selv – og desuden give dem handlemuligheder, så de oplever, at de selv kan bidrage i kampen for social retfærdighed. Igennem ugens aktiviteter får de mulighed for at fremstille blandt andet smykker, som de kan sælge til fordel for udsatte børn, hvorved de får en konkret oplevelse af, at de også som børn kan bidrage til en mere retfærdig verden.

Det er vores forventning, at ugen vil skabe grobund for, at børnene senere i livet har en naturlig nysgerrighed på, hvordan de selv kan være med til at kæmpe for global retfærdighed.

Herudover ønsker vi, at forældrene igennem børnenes oplevelser også bliver mindet om verdens ulige fordeling af ressourcer og præsenteres for muligheder for at handle på denne. Dels i form af at dele billeder fra børnenes aktiviteter i løbet af ugen for at oplyse andre om arbejdet for at skabe bedre vilkår for udsatte børn og unge. Derudover er det også vores ønske, at de viser villighed i forhold til et længerevarende engagement ved generelt at støtte op om Vivas arbejde ved at modtage nyhedsmails. De frivillige, der er engageret i afholdelsen af ugens aktiviteter, er den primære målgruppe i forhold til større engagement – deres deltagelse som facilitatorer af ugen afspejler et højt engagementsniveau.

I beskrivelsen af indsatsen under punkt 3 beskrives engagementsniveauerne nærmere, hvor også yderligere indirekte målgrupper defineres.

**Bæredygtighed**

* *Hvordan har I forholdt jer til social retfærdighed i tilrettelæggelsen af indsatsen? Det kan for eksempel være gennem de tematikker, I arbejder med, eller gennem udvælgelsen af deltagere i indsatsen.*

Social retfærdighed er indtænkt som tematisk udgangspunkt for ugens fokus, hvor vi igennem light undervisning, leg og aktiviteter vil italesætte eksempler på globale problemstillinger, der har konsekvenser for hverdagen som barn i det Globale Syd.

Under punktet ”planlægning” udfoldes det, hvordan de forskellige tematikker får plads i ugens aktiviteter.

Strategisk er indsatsen i direkte forlængelse af Vivas eksisterende udviklingsarbejde. Det sikrer, at indsatsen ikke står alene, men tværtimod forankres i Vivas langsigtede indsats. Det betyder også, at de familier, der bliver engageret som en del af indsatsen, vil få muligheden for at fortsætte deres engagement på længere sigt, og Viva har en interesse i at sikre, at de mærker, at de bliver en del af et større fællesskab, der kæmper for større global lighed.

* *Hvordan har I forholdt jer til klima- eller miljømæssig ansvarlighed i tilrettelæggelsen af indsatsen? Dette kan for eksempel være i forhold til livsvilkår i udviklingslande eller klima- og miljøpåvirkningen ved selve indsatsens aktiviteter, eksempelvis rejser.*

Klima vil specifikt indgå som et tematisk fokus i ugen med henblik på at eksemplificere, hvordan klimaet også influerer på andre udviklingsproblematikker som sult og fattigdom.

Vi er altid optaget af at finde nye måder at engagere danskerne på, og med dette projekt har vi mulighed for at skabe engagement hos en målgruppe, der ikke er i vores velkendte målgruppe af rejselystne unge og deres umiddelbare omgangskreds. Og samtidig optimerer vi engagementsmulighederne for dem, der har rejst. Med andre ord ser vi med dette projekt en mulighed for at bygge vi bro fra det globale Syd til Danmark uden et stort CO2-aftryk.

Vi ønsker at starte den globale uge som et pilotprojekt, hvilket betyder, at der er et behov for at indkøbe ekstra materialer til opstart og konceptudvikling, men på sigt vil den Globale Uge ikke kræve ressourcer i samme omfang som for nuværende, men derimod mest være afhængig af menneskelige ressourcer i form af frivillige.

1. **Den ansøgende organisation og andre organisationer/aktører (vores udgangspunkt)**
* *Hvilken kapacitet har I som den ansøgende organisation til at gennemføre indsatsen (erfaringer, ressourcer, netværk, sammenhæng med andre aktiviteter mm.)?*

*Internationalt Viva-netværk og solide partnerskaber*

Viva Danmark er den danske gren af det internationale Viva-netværk, der arbejder i 27 lande. Siden 1994 har vi arbejdet for at forbedre udsatte børn og unges liv i samarbejde med lokale netværk i fire af disse lande; Filippinerne, Honduras, Nicaragua og Zimbabwe. Gennem årene har vi opbygget stærke partnerskaber med lokale organisationer, der har en kontekstuel forståelse og lokal erfaring med de tematikker, vi vil præsentere i projektet. Viva har en veldokumenteret track record i implementering af civilsamfundsindsatser, hvoraf mange er finansieret gennem CISU’s Civilsamfundspulje med en gennemsnitlig projektportefølje de sidste tre år på 5.181.141 kr.

I Danmark er Viva medlem af CISU, Globalt Fokus, DMRU og B&U-netværket for organisationer, der arbejder på ungeområdet. Vi har mange års erfaring med på kreative måder at engagere danske aktører i det internationale udviklingssamarbejde.

*Erfaring* *med frivillige som aktive bærere af udviklingsproblematikker*

Det frivillige engagement er grundstenen i Vivas identitet og med udgangspunkt i vores vision om *”at skabe en bevægelse af engagerede mennesker, der bruger deres evner og ressourcer på at gøre en forskel for udsatte børn og unge”,* har vi gennem de sidste mange år opbygget et solidt erfaringsgrundlag med mobilisering og fastholdelse af engagement.

Viva driver volontørprogrammet *Impact*, som gennem 25 år har mobiliseret mere end 1.000 unge danskere til at tage et globalt ansvar i deres hverdag begyndende med et ophold i det globale Syd.

Volontøropholdet er funderet på en ”*learn, give, share”*-filosofi, hvor fokus er på et bæredygtigt volontørprogram, der uddanner volontørerne til at gøre en forskel på den lange bane.
I hovedtræk består konceptet af:

LEARN // Et træningsforløb på *Impact Academy*, som indeholder læringsmoduler før, under og efter opholdet. Læringsmodulerne giver dels de unge kundskaber og færdigheder, der forbereder dem på deres ophold som frivillige og derudover sigter undervisninger også mod at fremme deres refleksion i forhold til udviklingsproblematikkerne samt inspirere til et langsigtet engagement i at fremme børn og unges vilkår.

GIVE // Mens de er udsendt i projekterne, arbejder de tæt sammen med lokale medarbejdere og oplever på egen hånd, hvordan fattigdom og uretfærdighed er en del af livet for børn og unge andre steder i verden. De assisterer i programarbejdet og bidrager på den måde selv til at gøre en forskel. I løbet af opholdet og efter hjemkomst, deltager de i fundraising-aktiviteter, der sikrer det langsigtede arbejde med at forbedre vilkårene for udsatte børn og unge.

SHARE // Fra det øjeblik volontørerne træder ind ad døren til første samtale, fortæller vi dem, at det er på den lange bane, de skal engagere sig for at ændre verden, og vi bruger alle Academy-modulerne til at opmuntre dem til et engagement, der går ud over rejsens varighed og gør dem opmærksom på, at de har en vigtig rolle at spille som ambassadører for udsatte børn og unge. I den forbindelse skal det nævnes, at volontørerne introduceres til principperne i ”[Reframing the Message](https://www.cisu.dk/cisu.dk/reframing)” med henblik på at kunne deltage aktivt i Vivas oplysningsarbejde – både under opholdet og efter hjemkomst. Mange volontører giver udtryk for, at det er en øjenåbner for dem, fordi de reelt selv har et meget skævvredet billede af fattigdom og udvikling. Med Global uge kan vi tilbyde vores tidligere volontører en ny engagementsmulighed, der bygges på de kompetencer, de tilegner sig som volontører, og som ydermere vil være særligt relevant for pædagogstuderende efter endt udlandspraktik, hvorved projektet hér bidrager til at styrke vores share-komponent i volontørprogrammet.

*Netværk i Danmark*

På årsbasis har vi 80-100 aktive frivillige i Danmark, som på forskellige måder bidrager til at fremme Vivas sag. Størstedelen af disse frivillige er tidligere volontører, og vi har et strategisk mål om, at 55-60% af de hjemkomne volontører er engagerede som frivillige i en periode på to år.

Vi har selvfølgelig også et ønske om at kunne engagere folk i den globale dagsorden uden først at skulle opholde sig 3-6 måneder i det globale Syd, hvorfor vi også bruger tid på at rekruttere andre frivillige end vores tidligere volontører. Ud over de frivillige, der hovedsageligt er lokaliseret i Aarhus og København, er Viva bredt funderet i Danmark med godt 1000 medlemmer, økonomiske bidragsydere og kirker, som bakker op om vores arbejde på forskellig vis.

Pga. forankringen i det kirkelige landskab bliver vi jævnligt kontaktet af kristne friskoler med henblik på at give et internationalt indspark på fællestimer og lignende, hvorfor vi også forventer, at der er aftagere til dette koncept, hvor vi også har et ønske om at nå skoler uden kirkeligt fundament, da projektets tematikker ikke har et religiøst udgangspunkt.

*Sammenhæng mellem Vivas formål, aktiviteter og Global Uge*

Da vi arbejder med børn ude i verden, ser vi det som en oplagt mulighed også at lave aktiviteter rettet mod børn i Danmark, da det vil give anledning til en umiddelbar genkendelighed for målgruppen. Dette gør sig også gældende for de frivillige, som i forvejen har været udsendt som volontører og arbejdet med børn i samme aldersgruppe i Vivas samarbejdslande. Med dette projekt tilbyder vi dem som nævnt en engagementsmulighed, som bygger ovenpå deres erfaringer fra volontøropholdet.

* *Hvis I søger i samarbejde med en eller flere organisationer/aktører:*
* *Hvordan vil I som den ansøgende organisation sikre koordinering af indsatsen?*
* *Beskriv alle organisationer/aktørers bidrag, roller og ansvarsområder.*

Der ansøges ikke i samarbejde med andre organisationer, dog vil partnerkontorerne bidrage med videomateriale, hvorfor de også fremgår i budgettet med en lønpost.

Den interne arbejdsdeling blandt Viva-ansatte og –frivillige fremgår herunder:

Viva-medarbejder:

* Udvikle koncept for den Globale Uge
* Rekruttering og koordinering af frivillige
* Kontakt til SFO’er
* Indkøb af materialer, print og oplysningsmateriale
* Erfaringsopsamling

Ekstern pædagog:

* Sparring på udvikling af konceptet

Frivillige:

* Brainstorm og sparring på konceptudvikling
* Afholdelse af Global Uge
* Medbringe materialer til ugen
* Erfaringsudveksling med Viva
* Engagere andre frivillige til at afholde ugen

**3. Selve indsatsen (vores indsats)**

**Målgruppen**

* *Hvilke(n) målgruppe(r) vil I nå med indsatsen, herunder forventet antal personer (vær derudover så specifik som muligt i forhold til alder og geografi)?*

Vores tidligere volontører er primært baseret i Aarhus og København, hvorved det vil være lettest tilgængeligt med SFO’er i disse byer og omegn. Derfor er der budgetteret med en daglig transportgennemsnit på 50 km.

Formålet med projektet er som nævnt *at oplyse og engagere danske børn og deres familier i den globale dagsorden igennem aktiviteter i børnehøjde og derigennem inddrage egne frivillige til en større grad af engagement. Målgruppebeskrivelserne og deres forventede engagementsniveau følger herunder:*

*300 børn i SFO*

Den primære målgruppe for aktiviteterne i den Global Uge er børn i alderen 6-9 år, som bruger deres eftermiddag i SFO. Igennem den globale uge leger børnene sig til en ny forståelse af verden ved at mærke på egen krop, hvordan livet kan være som barn i et udviklingsland. Ugens globale tematikkerne tilpasses børnenes forståelsesverden. Antallet er baseret på 5 Globale Uger med deltagelse af gennemsnitligt 60 børn. Det er vores forventning, at børnene vil være engageret i ugens aktiviteter og dermed direkte i det globale udviklingssamarbejde, som er det gennemgående tema i aktiviteterne. I forhold til niveauet af engagement er der potentiale for at rykke børnene op på det observerende trin i engagementspyramiden – dog med nogle fokuspunkter, hvor de i et vist omfang også deltager ved også at fortælle deres forældre om deres observationer og den heraf opståede lyst til at ændre vilkårene for børn i Syd og desuden fremstille forskellige ting med henblik på at samle penge ind til udsatte børn og unge.

*1200 familiemedlemmer til børnene*

De deltagende børns familier indgår i projektets direkte målgruppe, da vi også ønsker, at de skal engageres i de globale udviklingstematikker, som børnene præsenteres for i løbet af ugen. De vil indirekte blive eksponeret igennem samtaler med børnene om deres oplevelser, men derudover inviteres de også til en markedsdag som afslutning på ugen. Her får de mulighed for at købe af de produkter, som børnene har fremstillet i løbet af ugen. Det store reach i antal af familiemedlemmer skal opnås ved opfordring til forældrene om at dele billeder fra ugens aktiviteter under #globaluge. Det er vores mål, at der vil blive delt 100 billeder samlet set over projektperioden.

Det er vores forventning, at disse delinger kan ske ved løbende opfordringer fra frivillige såvel som SFO-personale. Det er ikke vores mål, at det totale antal familiemedlemmer lander på samme engagementstrin. Det er vores ønske, at henholdsvis de forældre, der deler billeder og dem, der møder op til markedsdagen rykkes op i engagementspyramidens “tilslutte sig”-trin - under ugen vil deres handlinger indikerer, om der er potentiale for at engagere dem ud over projektugens varighed. Det er vores forventning, at det er ca. 1/3 af den samlede familiegruppe, der bevæger sig op på dette engagementstrin. Dette engagement vil konkret kunne udmønte sig i, at de af og til videredeler informationer fra Vivas sociale mediekanaler eller opfordre andre til at følge med. Det er vores mål, at den resterende del af de 1200 familiemedlemmer i løbet af projektugen befinder sig på “følge”- og “observations ”-trinene i engagementspyramiden, og at der vil være potentiale for at fortsætte dette engagement ud over ugen ved at opfordre til at følge Viva på de sociale medier og nyhedsmails.

*15 frivillige*

Viva engagerer på nuværende tidligere udsendte volontører og praktikanter til vores engagementsskabende arbejde i Danmark. Med den Globale Uge bliver det muligt for de frivillige at bruge deres erfaringer fra opholdet, hvor de har haft som primær opgave at vise omsorg til udsatte børn og unge. De frivillige har altså konkrete erfaringer med de tematikker, der skal formidles og også erfaringer med at facilitere lege og aktiviteter for aldersgruppen. Med dette koncept bliver det muligt for os at tilbyde et fagligt relevant engagement til vores pædagogpraktikanter efter hjemkomst. Projektet giver de frivillige mulighed for at handle på deres oplevelser og erfaringer fra volontøropholdet; de frivillige er projektets største engagementspotentiale, da vi har mulighed for at rykke dem op på “eje” og “lede” niveau - ved at klæde dem på til at afholde Globale Uger, giver vi dem mulighed for et konkret engagement i udviklingssamarbejdet. Igennem den Globale Uge får vi altså etableret et koncept, der har potentiale til at rykke de frivillige op i toppen af engagementspyramiden i en kortvarig periode, men i og med at vi ønsker at fortsætte konceptet på den anden side af projektperioden, er håbet selvfølgelig, at de frivillige fastholdes dér over tid og også bidrager til at rekruttere nye frivillige ind i konceptet og til Viva generelt.

Den Globale Uge bidrager desuden til, at de frivillige får en erfaring af, at de er i stand til at kommunikere de globale problematikker, som de har erfaret under opholdet.

*10 personale i SFO*

Personalet i de udvalgte SFO’er figurerer her som projektets indirekte målgruppe. Igennem ugens forløb vil de befinde sig i den nederste del af engagementspyramiden som observerende, da de igennem børnenes aktiviteter eksponeres for det globale udviklingssamarbejde og desuden også forud for projektet modtager skriftligt materiale om ugens indhold og målsætninger, hvorved vi kommunikerer til dem direkte og ikke blot igennem børnene. Dermed har vi en kommunikationskanal til at opmuntre dem til engagement, mens ugen pågår, som kan udmønte sig ved, at de f.eks. deler billeder med konstruktive budskaber, deler go-cards og opmuntringer til forældre. Det er vores håb, at mindst en af de fem personalegrupper på et senere tidspunkt vil initiere en ny Global Uge. Dette ligger udenfor projektperioden, men frøene til, at de selv tager initiativ og med andre ord skubbes op på bidrage-niveauet, vil være sået under projektperioden.

* *Hvordan vil indsatsen nå ud til den valgte målgruppe?*

Indsatsens succes er afhængig af, at vi kommer i hus med at få konkrete aftaler på plads med SFO’er, der gerne vil aftage forløbet. På nuværende tidspunkt har vi forhånds interessetilkendegivelser fra 3 skoler, som gerne vil høre mere om konceptet, når det er færdigudviklet.

Lederen af SFO’en på Aarhus Friskole udtaler blandt andet: *”Det er et spændende og relevant tilbud, som vi meget gerne vil være en del af, så børnene kan få udvidet deres horisont på en kreativ måde, der ikke kræver en rejse til Syd”.*

Børnene vil naturligt blive eksponeret og engageret i forløbet, når en SFO vælger at takke ja til tilbuddet om at lade Viva stå for en Global Uge. Det vil derimod kræve lidt mere arbejde at nå forældrene. Dette vil uddybes nærmere under ”planlægning”.

* *Hvordan sikrer I, at denne/disse målgruppe(r) oplever, at indsatsen er relevant for dem?*

Den Globale Uge vil blive udviklet i samarbejde med pædagoger og pædagogstuderende, som har erfaringer med målgruppen, og derudover vil vores frivillige, der har været udsendt til partnerlandene, have stor erfaring med at lave aktiviteter for børn og unge. For forældrene vil den første umiddelbare relevans være opnået i det øjeblik, deres egne børn deltager og fortæller om aktiviteterne og dermed livet i det globale Syd, som de erfarer det igennem ugen.

Projektperioden er planlagt til at være 18 måneder, hvilket muliggør, at vi kan videreudvikle konceptet undervejs, når det er blevet testet og optimere på baggrund af evalueringerne.

**Planlægning**

* *Beskriv hvordan I vil opnå den ønskede forandring. Beskriv de planlagte aktiviteter, og hvordan de vil lede til konkrete resultater*
* *Hvordan øger indsatsen mulighederne for at målgruppen/målgrupperne kan deltage, handle og finde fælles løsninger for en mere bæredygtig verden?*

Den Globale Uge vil blive sammensat af en kombination af lege, aktiviteter og tematisk undervisning med videoklip fra Syd. Ugen vil sigte mod at give børnene mulighed for på egen krop at opleve, hvordan livet som barn leves i det globale Syd.
Børnene vil blive afskåret fra den resterende del af SFO’en, og vil i ugens løb ikke have adgang til deres velkendte legetøj, og heller ikke deres mobiltelefoner vil være tilgængelige i eftermiddagstimerne, hvor de i billedlig forstand rejser en tur til det globale Syd.

Selve undervisningen er tænkt som en kort samling efter endt skoledag, hvor børnene bliver præsenteret for en case-video fra det valgte land. Denne video er med til at sætte rammen for, at børnene i fællesskab reflekterer over, hvad f.eks. familie betyder for dem, om de kunne forestille sig at bo på gaden, og om de gerne ville slippe for at gå i skole for i stedet at skulle tjene penge til at købe mad for?

Ugen forløber under 3 tematiske overskrifter:

* *Børn fortjener en familie*

De fleste danske børn kender til en form for familiestruktur, som er fundamentet i deres liv. Med dette tema ønsker vi at sætte fokus på, at ikke alle børn kender deres forældre og derfor tvinges på børnehjem eller lever på gaden. Den dag, der handler om børn og deres familier, vil blive brugt på at bygge et midlertidigt hus af paller og hø, hvor et fysisk hjem bliver billedet på at have et sted at være med sin familie.

* *Fattigdom og børnearbejde*

Alle de børn, vi kommer i berøring med i løbet af en Global Uge, går i skole, og deres forældre har råd til at have dem i SFO. Selv om de måske nok gerne ville slippe for lange skoledage, vil det formentlig sætte tingene i perspektiv for dem at høre, at nogle børn lever i så stor fattigdom, at skolegang er en luksusvare, og at de tvunget til at arbejde for at kunne få penge til mad. Temaet om børnearbejde vil give anledning til, at børnene i fællesskab producerer forskellige smykker og andre småting, som de i forbindelse med markedsdagen kan sælge til deres forældre med henblik på at ”tjene penge”, som i denne sammenhæng er penge, der vil blive sendt videre til det respektive partnerland, ugen handler om.

* *Klima og sult*Klima er i sig selv en vigtig dagsorden at eksponere børn og unge for så tidligt som muligt med henblik på at ændre forbrugsmønstre og -vaner. I denne sammenhæng vil vi koble klimaudfordringerne til sult, hvilket er de fremherskende klimakonsekvenser i vores partnerlande.
Det tematiske fokus på klima vil være gennemgående for ugens madlavning, hvor kun lokale råvarer i begrænset omfang vil være tilgængelig. På ugens 3. dag vil der blive zoomet ind på problematikken i form af undervisning. Børnene vil i den forbindelse få gocards med hjem til forældrene med forslag til vaneændringer til gavn for miljøet og med opfordring til at opmuntre familierne til små ændringer.

Ud over disse konkrete tematiskfunderede aktiviteter vil der også være lege og aktiviteter, som ikke ligger i umiddelbar forlængelse af temaerne, men som giver indblik i et børneliv i Syd, hvor iPad og mooncars ikke nødvendigvis er allemandseje. Der vil også være små dryp af sprogundervisning

Engagementsniveauet er højt hos børnene under ugen, hvor de deltager i de planlagte aktiviteter. Herefter er engagementet i denne aldersgruppe en svær størrelse at måle på, men det er vores klare forventning, at ugen vil bidrage til en større forståelse af verden. Og derudover er det vores drøm, at børnene efter markedsdagene vil få blod på tanden i forhold til forsat at samle penge ind til arbejdet med udsatte børn og unge og derudover også være optaget af, hvordan de på trods af deres unge alder også har en rolle at spille i klimakampen.

Forældrene eksponeres for tematikkerne igennem ophængte plakater og tilgængelige gocards, som børnene får med hjem, og det er vores ønske, at denne eksponering kombineret med børnenes engagement vil udmønte sig i deling af billeder med #globaluge.

På markedsdagen kan forældrene deltage i en leadgenererende konkurrence, hvilket vil give os mulighed for på sigt at engagere dem yderligere jf. Engagementsbeskrivelsen i forrige afsnit.

* *Hvordan vil I opsamle erfaring og læring undervejs og efter indsatsen?*

Opsamling af erfaring og læring sker både i løbet af projektet samt ved slutningen af projektperiode. Projektperiodens længde er sat med ønsket om at have tid til at udvikle konceptet undervejs, så der er tid til at afprøve konceptet, evaluere og optimere.

Efter afholdelsen af hver enkelt Global Uge opsamles erfaringer af en medarbejder hos Viva gennem surveys, der både evaluerer personalets erfaringer med konceptet og børnenes oplevelser. Herudover laves der opsamling af de frivilliges erfaring og læring af projektet. Der vurderes på rækkevidde af forældrenes billeddeling på de sociale medier.

**Metoder**

* *Hvordan vil I inddrage stemmer fra udviklingslande i indsatsen?*
* *Hvilke(t) udviklingsland(e) relaterer indsatsen sig til?*

Den Globale Uge relaterer sig til vores partnerlande: Filippinerne, Zimbabwe, Nicaragua og Honduras, og det vil være muligt for SFO’erne at vælge, hvilket land de ønsker at fokusere på. Vores partnere i disse lande vil bidrage med konkret videomateriale, hvor børn selv fortæller om deres hverdag, fritidsaktiviteter, drømme og fremtidshåb med et særligt fokus på projektets tematikker.

Herudover vil de frivillige i projektet selv have relationer til børn fra partnerlandene og kan på den måde også bringe stemmer fra Syd i tale. Ugens læringstematikker vil have sit udgangspunkt i Vivas arbejde i partnerlandene, og generelt vil inspirationen til ugens aktiviteter stammer fra det globale Syd; det gælder lege, videoer, billeder, mad, historier mm.

* *Hvordan vil I sikre, at de budskaber, som I formidler gennem indsatsens aktiviteter, er nuancerede og konstruktive og skaber forståelse for de grundlæggende årsager til de temaer, som indsatsen vedrører?*

Vivas generelle kommunikation er baseret på principper fra Reframing the Message og konstruktiv kommunikation, og de frivillige, som skal facilitere ugen er, som tidligere nævnt, blevet undervist i disse principper før udrejse. Dertil kan nævnes at temaerne og aktiviteterne fremstår som en færdig pakke, som de frivillige skal facilitere og fortælle ud fra. De frivillige vil desuden deltage i et introduktionskursus, hvor principperne genopfriskes, før de skal ud at facilitere Global Uge. De frivillige, der faciliterer ugen og dermed er den primære kommunikationskanal, vil med andre ord blive klædt på til at formidle et nuanceret billede af det land og de tematikker, der fokuseres på

Formidlingen og budskaberne skal tilpasses børns begrebsverden, så børn oplever, at de selv kan relatere til de temaer, der er del af Global Uge.
Desuden vil gocards, plakater, informationsmaterialet til pædagogerne og undervisningssessioner have oplysende karakter funderet i konstruktiv kommunikation, hvor stemmer fra Syd inddrages som aktive forandringsagenter. Herudover vil al materialet have opfordringer til konkrete handlinger – blandt andet vil de omtalte Gocards have anvisninger om vaneændringsmuligheder i henhold til klima. Disse overvejelser vil være et gennemgående tema og en væsentlig del af udarbejdelsen af materialet til brug i Global Uge.

* *I hvilket omfang benytter I jer af nye metoder og/eller nye samarbejder?*

Med den Globale Uge henvender vi os direkte med et færdigt koncept til børn og familier i Danmark, hvilket er nyt i Viva regi. Frivillige har tidligere på eget initiativ afholdt temadage og lignende i børneklubber, så målgruppen er som sådan ikke ukendt land, men det har ikke tidligere været en koordineret og strømlinet indsats, hvor Viva officielt har stået som afsender.

Vores relation til skoler har typisk været båret af enkeltstående arrangementer og foredrag, men ved at tilbyde os til SFO’er, åbner vi for nye samarbejdsskoler, som ikke nødvendigvis har et kirkeligt fundament, hvilket vi ser som en styrke i forhold til at blive bredt forankret.