**OPLYSNINGSPULJEN**

**A. Basale informationer om samarbejdspartner**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | Youth Dream Centre Sierra Leone | | | |
| Adresse | 12 Josiah Drive Off Regent Road Lumley, Freetown, Sierra Leone | | | |
| Telefon | +23278784657 | E-mail | paulakargbo.ydcsl@gmail.com | |
| Hjemmeside | N/A | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | | https://www.facebook.com/ydcsl/ |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | House of Arts Association (Zimbabwe) | | | |
| Adresse | 47 Eastcourt road, Belvedere, Harare, Zimbabwe | | | |
| Telefon | +263715044270 | E-mail | caespidor03@gmail.com | |
| Hjemmeside | https://houseofarts.org | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | | https://www.facebook.com/House-of-Arts-Association-349021808993976/ |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | Network for Active Citizens (Uganda) | | | |
| Adresse | Shaniela Courts, Plot 106, Nsubuga Road, Off Kisaasi-Kyanja Road, Kampala, Uganda | | | |
| Telefon | +256778277558 | E-mail | activecitizenuganda@gmail.com | |
| Hjemmeside | N/A | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | | https://www.facebook.com/networkforactivecitizens |

**B. Aktiviteten**

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

|  |
| --- |
| **1.1 Formålet med aktiviteten:** Aktiviteten fokuserer på at skabe opmærksomhed omkring Verdensmål 11, med dets fokus på bæredygtige byer og lokalsamfund. Et vigtigt fokus vil herigennem være at skabe opmærksomhed omkring de vilkår, unge lever under i urbane slumområder. Både hvad angår deres største udfordringer, men også deres ideer og drømme for at løse dem og skabe bæredygtige byer.  **1.2 Hvorfor er det vigtigt/ Hvorfor skal den realiseres nu:** I takt med den urbanisering, der finder sted verden over, ender flere og flere unge med at leve i fattige slumområder. I Afrika er den klart største del af befolkningen ung. På trods af dette er de unge også en af de grupper, der er mest marginaliserede i politiske beslutningsprocesser. Den eksplosive vækst af folk, der bor i slummen, gør dette til et af nutidens vigtigste udviklingstemaer. Regeringens arbejde med at udvikle en ny udviklingspolitisk strategi gør det kun vigtigere at sætte fokus på problematikken her og nu. Den nye udviklingsminister har indikeret, at unges trivsel og velvære, især i Afrika, kan blive et vigtigt fokusområde i den nye strategi. Vi vil som organisation gerne være med til at fastholde opmærksomheden på vigtigheden af dette fokus.  **1.3. Hvad består aktiviteten af:** Vi vil facilitere tre ’City Sessions’. Dette er et nyt koncept i Dreamtown. Helt overodnet vil vi igennem hver af disse sessions sætte fokus på tre af de byer, vi arbejder i, samt en tematik. De tre sessions vil fokusere på følgende:   * *City Session 1: Harare, Zimbabwe*. Fokus på unges demokratiske deltagelse igennem kunst og kultur. * *City Session 2: Kampala, i Uganda*. Fokus på klimakrisen og ’urban farming’-teknikker. * *City Session 2: Freetown, Sierra Leone*. Fokus på unges sikkerhed og kvinders ligestilling og deltagelse.   Ved hver session vil vi skabe opmærksomhed omkring, hvordan den overordnede udvikling ser ud i disse byer, hvilke nye og spændende udviklingsaktiviteter, der finder sted, samt hvordan det er at være ung i slummen. Til hvert event vil der være en række korte og spændende præsentationer. Repræsentanter fra Dreamtown vil præsentere interessante udpluk af vores arbejde. Dette vil blive koblet med en præsentation af *Dreamtown Journal,* der er et nyt magasin, der sætter fokus på vores arbejde i hver af de tre byer. To af magasinerne er allerede lavet (om aktiviteter i hhv. Harare og Kampala). Den sidste, der fokuserer på Sierra Leone, er under udarbejdelse. Udover Dreamtown vil vi til hver session invitere en gruppe af eksterne og spændende ressourcepersoner med kendskab til urban udvikling og/eller den aktuelle by. Dette kunne f.eks. være repræsentanter fra andre NGO’er, politikere, forskere eller folk fra det private. Endelig vil vi etablere en hotline mellem København og den relevante by. Herigennem vil de unge aktivister, vi arbejder med, ringe ind og deltage i debatten ved at fortælle om deres arbejde og drømme og ideer, samt stille kritiske spørgsmål til oplægsholderne. Udover oplægsholdere og aktive deltagere vil hver session være åben for en lille gruppe af tilhørere (i overensstemmelse med gældende coronarestriktioner), der kan sidde med på Dreamtowns kontor, hvor eventet fysisk finder sted. For at skabe en kreativ atmosfære vil vi sætte en lille pop-up-udstilling op i lokalet, der viser portrætter af de unge, vi arbejder med i slummen. Denne udstilling vil også blive brugt som del i Dreamtown’s andre engagementsaktiviteter, så som vores samarbejde med KVUC (støttet igennem CISU’s engagementspulje). Den skal være med til at vise, at det er de unge, der sætter rammen for vores arbejde, synliggøre deres rolle og inspirere til dialog og debat.  *City Sessions* er inspireret af de udfordringer vi har mødt det sidste år under Corona epidemien, hvor det ikke har været muligt at samle mange folk sammen. På trods af at verdenen forhåbentlig snart åbner op igen, har vi set det som en spændende udfordring, at designe en fleksible tilgang til oplysning og spurgt os selv: Hvordan kan vi facilitere et engagerende event, der både kan bringe en lille gruppe mennesker sammen fysisk omkring en inspirerende debat og samtidig nå ud til så mange mennesker som muligt. Baseret på vores erfaringer med oplysning under corona har vi således prøvet at gentænke, hvordan et oplysningsevent ser ud.  Selve dialogen vil blive faciliteret som et fysisk møde, mens oplysningsdelen vil foregå i et online univers på følgende måder. Under hver City Session vil vi live streame eventet på en række forskellige sociale mediekanaler, både vores egne, såvel som vores partneres. Vi er dog opmærksomme på, at det kan være svært at nå ud til en bred målgruppe igennem et live feed. Vi vil derfor også lave en inspirerende produktion omkring hvert eventet, hvor vi klipper hver *City Session* sammen til en kortere video. Dette muliggør, at hver session kan ligge som en permanent ressource på vores hjemmeside; at vi aktivt kan bruge hver produktion som en integreret del af vores oplysningsarbejde; samt at vores samarbejdspartnere i Danmark (såvel som i Syd) kan bruge dem som en del af deres oplysningsaktiviteter. Vi er bevidste om, at det er vigtigt med en professionel og kreativ produktion, hvis vores City Sessions skal tiltrække opmærksomhed og være interessante at se. Dette indbefatter god lyd, spændende lyssætning, flere forskellige kameraer, samt grafik. Heldigvis har vi i Dreamtown utrolig gode muligheder for at skabe et inspirerende oplysningsevent. Vores Communication Advisor, Simon Sticker, er, udover idémanden til dette event, også personen bag projektet *Møn Sessions*. Møn Sessions er en perlerække af livekoncerter, der finder sted med store, danske kunstnere på Møn. Og ligesom med City Sessions er Møn Sessions både produceret som en livesession, samt en efterklippet video. Udover det faglige indhold ønsker vi således at skabe et kreativt og professionelt univers omkring de tre sessions, der vil gøre det mere tilgængeligt og interessant for folk at deltage i.  **1.4. Hvis oplysningsaktiviteten ikke foregår på Dansk:** Eventet kommer til at foregå på engelsk for at muliggøre, at unge fra vores projektlande kan deltage og for at muliggøre, at vores lokale partnere kan bruge de tre produktioner i deres arbejde. Dette ser vi dog ikke som et problem, da vores målgruppe i Danmark forstår og taler engelsk på et niveau, der er fyldestgørende for formålet.  **1.5. Hvordan aktiviteten hænger sammen med foreningens øvrige arbejde og brug af pro-midler:** Dreamtowns arbejde fokuserer på at skabe et bedre liv for unge, der bor i slummen. Dette oplysningsprojekt er således direkte linket til vores overordnede arbejde. Det baserer sig derudover på de øvrige pro-midler, vi har fået gennem CISU-projekter. Vi har blandt andet fået midler til at producere protrætter og historier om unge fra slummen. Disse vil blive præsenteret som en mini pop-up-udstilling til de tre events. Vi har også brugt midler på at udvikle magasinet *Dreamtown Journal*, der netop fokuserer på Freetown, Kampala og Harare. Disse vil også blive lanceret ved de tre sessions, og grafikken, der er blevet lavet til *Dreamtown Journal,* vil blive klippet ind i produktionen af de tre efterproduktioner.  **1.6. Hvordan inddrager vi erfaringer fra eventuelle tidligere oplysningsaktiviteter:** Dreamtown har faciliteret adskillige debatter, der fokuserer på byen og livet i slummen. Til disse events har vi haft et stærkt fokus på at invitere eksterne eksperter med. Det har skabt en god dynamik, gjort eventsne mere interessante at deltage i, samt åbnet op for flere kanaler hvorigennem eventsne kunne nå ud til nye målgrupper (blandt andet gennem delinger på online platforme og via netværk). I vores arbejde med vores lokale partnere har vi under corona faciliteret en del online events. Vi har blandt andet arbejdet med et lokalt kunstkollektiv i Zimbabwe omkring online oplysningskoncerter på sociale medier. I dette projekt vil vi høste de gode erfaringer, vi sammen har gjort os med vores partnere. Det bliver spændende at vende udvikling på hovedet og se, hvordan det arbejde, de unge laver i slummen, kan inspirere os i Danmark.   * 1. **Har oplysningsindsatsen tidligere være gennemført af foreningen**   Det er første gang, vi gennemfører denne oplysningsindsats. |

1. **SUCCESKRITERIER. Beskriv konkret hvad I vil opnå med aktiviteten**

|  |
| --- |
| **1.1. Beskrivelse af de kriterier der skal være opfyldt**  ***i)*** Tre City Sessions events er blevet afholdt og har inspireret og faciliteret en engagerende dialog omkring urban udvikling mellem Dreamtown, eksterne urbane eksperter og unge fra slummen i Freetown, Kampala og Harare.  ***ii)*** Tre City Sessions er blevet live streamet på sociale mediekanaler.  ***iii)*** Tre City Sessions er blevet produceret som korte og inspirerende videoer, der kan bruges som kommunikationsmateriale i diverse engagementsaktiviteter.  ***iv)*** 1000 danskere har igennem projektet styrket deres viden om byudvikling, slum og unge.  **1.2. Hvordan vil vi måle om succeskriterierne er opfyldt**  Efter hver City Session vil vi evaluere, hvad der gik godt, og hvad der kan forbedres til næste gang. Efter hver live stream, samt deling af producerede videoer på sociale medier, bruger vi de tilknyttede analysefunktioner på de online kanaler til at måle interaktionen, herunder hvor mange der har set med og delt med andre. |

1. **LÆRINGSMÅL. Opstil de læringsmål I har for aktiviteten**

|  |
| --- |
| **2.1. Hvad vi som forening ønsker at blive klogere på med aktiviteten**  **Læringsmål: Hvordan fungerer ’mixed method’ oplysningsaktiviteter i praksis?**  Dette er første gang, vi faciliterer en oplysningsaktivitet, der ligger i krydsfeltet mellem face-to-face dialog, live stream og produktion af et kommunikationsprodukt. Vi ønsker således at blive klogere på, om dette mix af kommunikationsmetoder kan være en god måde at nå ud til en større og bredere målgruppe end ved for eksempel at facilitere klassiske events, hvor folk kun mødes fysisk.  **2.2. Hvordan vi vil opsamle viden og vidensdele i foreningen**  Efter hvert event vil vi facilitere en læringsworkshop, hvor vi vil samle op på, hvad der gik godt, hvad der skal forbedres, samt nye ideer til vores øvrige oplysningsaktiviteter. Workshopsne vil blive faciliteret af Dreamtown’s CEO Rasmus Bering. |

1. **MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til**

|  |
| --- |
| **3.1. Hvem er det vigtigst, at i får i tale med aktiviteten:** I Dreamtown arbejder vi på at etablere en gruppe af mennesker, der kan forstås som vores *dedicated following.* Vi ser denne gruppe somurbane unge og voksne i Danmark i alderen 20-45. Målet med en gruppe af *dedicated followers* er gradvist at engagere folk mere og mere i udviklingssamarbejdet. Fra at have en sporadisk interesse er målet at motivere denne gruppe til aktivt at involvere sig. For enhver organisation tager det tid at oparbejde en solid gruppe af engagerede følgere*.* Igennem denne indsats forventer vi at nå ud til minimum 1000 mennesker. Vi er dog bevidste om, at det ikke vil være alle, der vil ”blive hængende” og engagere sig på længere sigt. Vores mål for 2021 er at skabe en gruppe af 300 danskere, der igennem vores forskellige oplysningsindsatser og kommunikation oparbejder en interesse for, og forståelse af, urbane udviklingsforhold. På sigt er målet at engagere denne gruppe mere i dybden. Det kan for eksempel være ved, at de selv engagerer sig i frivilligt arbejde, begynder at støtte udviklingsaktiviteter med finansiel støtte, eller engagerer sig i udviklingspolitiske mærkesager. Udover urbane unge og voksne ser vi også andre NGO’er som en vigtig målgruppe. På trods af at disse grupper allerede er involveret i udviklingsarbejde, har vi især to fokusområder, hvorigennem vi gerne vil influere dem. Det ene handler om det urbane felt. På trods af at mere end én milliard mennesker bor i slumområder verden over, fokuserer den klart største del af udviklingsindsatser i Danmark stadigvæk på rurale områder. Vi vil gerne være med til at inspirere flere NGO’er til at engagere sig i byudvikling, da befolkningsvæksten i slumområder er en af de største udfordringer, vi står overfor lige nu. Derudover vil vi også gerne inspirere flere NGO’er til at lokalisere deres udviklingsarbejde. Det er enormt vigtigt, at den direkte målgruppe har en stærk stemme i, hvordan udviklingsindsatser designes og implementeres. Vi vil således være med til at skabe en debat omkring, hvordan vi som udviklingsfelt kan arbejde tættere sammen med vores målgrupper gennem inddragende bottom-up-tilgange.  **3.2. Hvordan appellerer særligt I til den målgruppe:** Vi fokuserer specifikt på urbane unge og voksne, da vi ser en interessant kobling mellem de byer, vi arbejder i på tværs af det globale syd og byer i Danmark. Vi forsøger således at bruge byen, vi alle kender, som en inspirerende døråbner til at engagere sig i udvikling. Det vil sige, at vi ønsker, at flere urbane unge og voksne skal engagere sig i international udvikling. Urbane unge og voksne er i høj grad til stede på forskellige sociale medier. Den yngre målgruppe når vi især igennem Facebook og Instagram. Den lidt ældre målgruppe har vi i stigende grad bedre fat i gennem platforme som Twitter og LinkedIn.  **3.3. Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten:** På tværs af de to målgrupper, urbane unge og voksen og NGO’er, ønsker vi at formidle et helt enkelt narrativt: Udvikling i byer og slumområder skal være en af de vigtigste globale prioriteter lige nu. Der skal fokuseres på Verdensmål 11, da over halvdelen af verdens befolkning lever i byer, og mere end én milliard mennesker bor i slumområder. Derudover skal urbane danskere *se, møde og forstå*, og danske NGO’er skal *frame*, målgruppen af unge i det globale syd som inspirerende forandringsagenter, der er aktivt involveret i at skabe en forandring. De er ikke passive ofre, der har brug for hjælp. De er stærke aktivister, der har brug for solidariske partnerskaber og opbakning til alle deres fantastiske ideer og drømme. Vi ønsker således at ’reframe the message’ omkring, hvordan udvikling forstås af urbane danskere og ageres af danske NGO’er. |

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

|  |
| --- |
| **5.1. Hvordan inddrager I jeres partnere i Syd i planlægning og gennemførsel af indsatsen:** Ved hver af de tre *City Sessions* vil vores partnere fra henholdsvis Freetown, Kampala og Harare spille en direkte rolle i planlægningen og faciliteringen af eventsne. Som en fast del af programmet til hvert event vil 1-2 unge fra slummen deltage. De vil blandt andet få mulighed for at kommentere på de oplæg, der bliver holdt af Dreamtown og de eksterne deltagere, samt selv præsentere deres vigtigste udviklingsprioriterer for unge i deres by. Efterfølgende vil de unge få mulighed for at dele de færdigproducerede videoer på deres egen og deres organisations kommunikationsplatforme. Muligheden for at vise, at de deltager aktivt i globale diskussioner om udvikling, skaber stor synlighed og legitimitet omkring dem lokalt.  **5.2. Hvordan fortæller i om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed:** På hver session vil vi diskutere, hvordan globalisering og byudvikling øger fattigdom og ulighed ved at presse flere og flere flere mennesker ud i et liv i slummen. Et liv i slummen er lig med manglende adgang til ressourcer og services og brud på folks rettigheder. Derudover vil vi også debattere, hvori marginaliseringen består for unge i slummen – bandt andet i forhold til de politiske beslutningsprocesser, der vedrører ens liv.  **5.3. Hvordan indgår FNs verdensmål i jeres aktivitet:** Indsatsen har et stærkt fokus på Verdensmål 11 med dets konkrete mål omkring at skabe bæredygtige byer og lokalsamfund og Verdensmål 17 ved at sætte fokus på, hvordan forskellige typer af aktører biddrager til udvikling igennem partnerskaber. Derudover sættes fokus på Verdensmål 13 (Kampala City Session fokuserer på klima), Verdensmål 5 (Freetown City Session fokuserer på kvinders sikkerhed og ligestilling) og Verdensmål 16 (Harare City Session fokuserer på unges demokratiske deltagelse).  **5.4. Hvordan arbejder i med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber:** Ved hvert event vil vi gå i dybden med nye og inspirerende tilgange til, hvordan man samskaber udvikling i byer og slumområder. Samtlige deltagere på eventet vil blive bedt om at tænke på nogle gode og konstruktive eksemler på aktiviteter, der virker. Vi vil arbejde med at skabe en energisk og positiv atmosfære, hvor vi med afsæt i et voldsomt og alvorligt problemfelt, leder samtalen hen på drømme, visioner og ideer og guider deltagerne til at tænke kreativt. |

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

|  |
| --- |
| **6.1. Tidsplan for aktiviteten**  Projektet vil forløbe henover et år, med start dato d. 1 Juni.   * *Kvartal 1:* Planlægning af det overordnede program; Dialog og planlægning med partnere i syd og i Danmark. * *Kvartal 2:* City Session 1: Harare, Zimbabwe. * *Kvartal 2:* City Session 2: Kampala, Uganda. * *Kvartal 3:* City Session 3: Freetown, Sierra Leone.   **6.2. Hvilken grad af frivilligt engagement forventer i?** Dreamtown har en dedikeret gruppe af frivillige, der arbejder aktivt på tværs af vores projekter. En nøglefrivillig vil blive tilknyttet faciliteringen af dette projekt. Desuden vil alle Dreamtowns frivillige blive inviteret til at deltage i de tre sessions.  **6.3. I hvilket omfang vil det være nødvendigt at aflønne:** En del af projektet kræver professionelle input. Dette gælder selve produktionen af de tre events og efterfølgende videoer, hvor vi lægger vægt på et professionelt (og derfor teknisk krævende) udtryk. Vi vil derfor hyre freelance kommunikationseksperten, Simon Sticker, til at dokumentere, producere og efterbehandle hver session.  **6.4. Beskriv aftaler med syd partnere og andre organisationer:** Der er lavet aftaler med følgende partnere i Syd omkring at deltage i projektet: Fra Sierra Leone vil Youth Dream Centre deltage; fra Uganda vil Network of Active Citizens deltage; og fra Zimbabwe vil House of Arts deltage. Endelig har Dreamtown et stort netværk blandt danske organisationer, vi arbejder tæt sammen med. De præcise deltagere vil blive identificeret, når vi går i gang med projektet, men det kunne f.eks. være PlanBørnefonden (der arbejder i Harare); FANT (der arbejder i Freetown) og Arkitekter Uden Grænser (der arbejder i Kampala). |

1. **KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktiviteter**

|  |
| --- |
| **7.1. Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen:** Projektet vil blive formidlet til medarbejdere, praktikanter og frivillige på vores faste ugentlige møder og til medlemmer igennem vores nyhedsbrev.  **7.2. Hvordan kommunikeres udadtil:** Ved brug af sociale medier, heriblandt Facebook, Twitter, LinkedIn og Instagram.  **7.3. Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres:** Tre helt oplagte medier til kommunikationen af projektet og City Sessions er Globalnyt, Altinget og Politikens Byrum. Globalnyt fungerer godt i forhold til at skabe opmærksomhed omkring eventsne, og Altinget og Politiken Byrum passer bedre til at udsende en samlet reportage fra de tre events omkring, hvad der sker i et udpluk af afrikanske storbyer og i den urbane udviklinsgdebat. |