**Ansøgningsskema til CISUs Oplysningspulje**

**A. Basale informationer om samarbejdspartner**

|  |  |
| --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | Lutheran Church of Liberia (LCL) |
| Adresse | P.O. Box 10-1046 13th St. Payne Ave., SinkorMONROVIA 10Liberia 1000 |
| Telefon | +231 88 056 7624 | E-mail | lutheranchurchinliberia@yahoo.com |
| Hjemmeside |  | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | <https://www.facebook.com/LCL-Lutheran-Church-in-Liberia-104449407960978/> |

*Hvis der er flere samarbejdspartnere (fx sydpartner, andre foreninger, uddannelsessteder, virksomheder, medier eller forskningsinstitutioner), skal der udfyldes en boks med basale informationer om samtlige samarbejdspartnere. Hvis der ingen partnere er, kan boksen slettes.*

**B. Aktiviteten**

1. **AKTIVITETEN. Giv en kort beskrivelse af, det I søger om støtte til**
	1. *Hvad er formålet med aktiviteten?*
	2. *Hvorfor er det vigtigt? Og hvorfor skal den realiseres nu?*
	3. *Hvad består aktiviteten af?*
	4. *Hvis oplysningsaktiviteten ikke skal foregå på dansk skal det beskrives hvorfor, og hvordan I vil nå målgruppen for aktiviteten.*
	5. *Hvordan hænger aktiviteten sammen med foreningens øvrige arbejde og brug af pro-midler?*
	6. *Hvordan inddrager I erfaringer fra eventuelle tidligere oplysningsaktiviteter?*
	7. *Er der tale om en oplysningsaktivitet, der før har været gennemført af foreningen? Hvis ja, hvad har man lært i foreningen og hvad påtænker man at gøre anderledes i for hold til sidst?*

|  |
| --- |
| Vi ønsker at gennemføre en kommunikationsrejse for journalist Anika Weber og fotograf og videofotograf Marius Weber til Liberia. Vigtigheden af friske historier, fortællende fotos og levende billeder fra arbejdet i syd kan ikke overdrives. De skal derfor på en 7-10-dages rejse til Liberia til februar, hvor de besøger alle de projekter, som Promissio er en del af. De skal foretage interviews, filme og fotografere, og efter hjemkomst vil journalisten efterbearbejde alt materiale, så der forelægger færdige artikler, film og billeder til brug i vores specifikke og brede kommunikation.Den specifikke kommunikation er henvendt til en for os ny målgrupper i to forskellige sammenhænge: børn i børneklub og skoleelever i indskolingen (6-10-årige). For at nå ud til disse målgrupper samarbejder vi med Danmarks Folkekirkelige Søndagsskoler og Foreningen for Kristne Friskoler.Vi havde i 2019 de samme to på kommunikationsrejse til Etiopien, og de vendte hjem med materiale af meget høj kvalitet, og derfor ved vi, at de kan levere det, vi efterspørger. Denne gang skal de også producere materiale til yngre målgrupper, hvilket vi ser frem til at se resultatet af. Gennem god sparring med Danmarks Folkekirkelige Søndagsskoler sikrer vi os, at materialet rammer målgruppen og er brugbart for slutbrugeren.Rejsen skal gennemføres i februar af flere årsager. Marius Weber har i februar fri fra sit arbejde, så han kan tage på denne rejse i sin fritid, og vores missionær Elisabeth Poulsen, som skal være deres vært, er kun udsendt indtil sommer, så rejsen skal gennemføres inden da. |

1. **SUCCESKRITERIER. Beskriv konkret hvad I vil opnå med aktiviteten**
	1. *Beskriv de kriterier der skal være opfyldt, for at I har nået jeres mål med aktiviteten.*
	2. *Hvordan vil I måle om succeskriterierne er opfyldt?*

|  |
| --- |
| Der er lavet aftale om følgende output:* Minimum 4 projektvideoer.
* 2-3 andre typer film (af samme omfang som projektvideoerne), f.eks. en landepræsentation af Liberia og en film om liberianske børn henvendt til andre børn.
* 300-400 stillbilleder.
* I hvert fald 3 artikler. Derudover materiale, som vi i Promissio kan arbejde videre med i form af noter og citater.

Vi har nået målet med kommunikationsaktiviteten ved at få produceret materiale af en høj kvalitet, som bliver brugt og værdsat i vores netværk. Vi vil arbejde for, at 15 børneklubber benytter klubmaterialet, og at 7 skoleklasser afprøver vores skolemateriale i løbet af 2021. Det giver en rækkevidde på i omegnen af 300 børn. Materialet vil være tilgængeligt og blive markedsført også i årene fremover, og derfor regner vi med, at den gode omtale vil sprede materialet til endnu flere klubber og klasser i 2022 og 2023. Derudover vil vi benytte særligt projektvideoerne til vores mange årlige oplæg rundt i landet, og artikler og billeder vil blive bragt i vores blad og via vores digitale kanaler.Succeskriterierne er derfor:* At vi får positiv respons fra deltagere til vores oplæg rundt i landet.
* At børneklubmaterialet (læs mere under punkt 4) bliver brugt af børneklublederne og at responsen er positiv. Det vil vi undersøge ved at evaluere med vores samarbejdspartner Danmarks Folkekirkelige Søndagsskoler, som har kontakten til alle deres børneklubber.
* At undervisningsmaterialet (læs mere under punkt 4) bliver brugt af kristendomslærerne og at responsen er positiv. Det vil vi undersøge ved at evaluere med de lærere i Foreningen for Kristne Friskoler, som benytter sig af materialet.
 |

1. **LÆRINGSMÅL. Opstil de læringsmål I har for aktiviteten**
	1. *Hvad ønsker I som forening at blive klogere på med aktiviteten? (Hellere få konkrete og realiserbare mål end mange ufokuserede mål, der ikke er realiserbare).*
	2. *Hvordan vil I sikre opsamling og videndeling fra aktiviteten i jeres forening? Og hvem er ansvarlig?*

|  |
| --- |
| Vi vil hele tiden gerne udvikle vores kommunikation om vores arbejde, så det følger med tiden og rammer plet i forhold til målgrupperne. Ved at sende folk på en decideret kommunikationsrejse, hvor formidling af arbejdet har fokus, afprøver vi, hvor god information vi kan få retur sammenlignet med omkostningerne. I arbejdet med at nå nye målgrupper, bliver vi klogere på, hvordan vi producerer kvalitativt og relevant materiale til netop disse målgrupper.Der er en række læringspunkter, vi særligt fokuserer på:* Hvor lang tid skal de rejsende bruge, førend de har tid til at indsamle tilstrækkelig information gennem fotos, video og interviews? Dvs. hvor meget luft til efterbearbejdning undervejs har de brug for, sammenlignet med tid brugt sammen med partnerne og ved projekterne.
* Hvor meget materiale har vi brug for som output, førend vi kan konkludere, at en aktivitet som denne bør prioriteres fremover som en fast del af kommunikationsarbejdet?
* Hvad er det optimale omfang for børneklub- og undervisningsmaterialet?
* Hvordan gøres ovennævnte materiale nemt at gå til for brugerne?
* Hvordan kommunikerer vi bedst muligt ud til børneklubledere og skolelærere at materialet er tilgængeligt for dem, så de benytter det?

Vi evaluerer både med de rejsende, internt blandt de kommunikationsansatte i Promissio og med vores samarbejdspartnere efterfølgende, hvor markedsførings- og sekretariatskoordinator Line Reckweg Nissen og netværkskoordinator Tuja Stæhr Berg er ansvarlige. |

1. **MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til**
	1. *Hvem er det vigtigst, at I får i tale med aktiviteten? (Vær gerne meget specifik i jeres beskrivelse af målgruppen og om der er særlige hensyn til den).*
	2. *Hvordan appellerer særligt I til den målgruppe?*
	3. *Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten?*

|  |
| --- |
| Output’et fra denne kommunikationsrejse henvender sig til to målgrupper: vores gennemsnitlige bagland og 6-10-årige.Fællesnævnerne for **vores gennemsnitlige bagland** er en alder på mellem 55 og 65 år, kirkeligt engageret i såvel folkekirken som i en kristen forening, modtager af vores blad og bidragyder til Promissio. Vi ønsker at holde denne målgruppe – som løbende følger med i Promissios arbejde – opdateret på arbejdet. Det er afgørende for, at de føler sig involveret i arbejdet og fortsat ønsker at følge med og støtte det. De skal høre de gode historier om udvikling og forbedring, og de skal kende udfordringer og forhindringer. De har ikke selv mulighed for at rejse til Liberia og besigtige arbejdet, og derfor må vi bringe arbejdet til dem, så de får en dybere forståelse for arbejdet.Børnene mellem **6-10 år** møder vi via to nye samarbejder med med Danmarks Folkekirkelige Søndagsskoler (DFS) og Foreningen for Kristne Friskoler.DFS har gennem deres landsdækkende børneklubber kontakt til flere end tusind børn i netop denne aldersgruppe. Børnene får her potentielt set deres første introduktion til, at der findes børn andre steder i verden, som lever under andre vilkår end dem selv. Vi kan give dem sande personhistorier og en erfaringsbaseret præsentation af levevilkårene i Liberia. Det samlede materiale til børneklubberne aktiverer og underviser børnene gennem lege, kreative øvelser og (video)fortælling. Relevant for denne ansøgning er, at et output fra kommunikationsrejsen bliver en video til denne målgruppe om Liberia. Den skal sætte ord og billeder på livet et andet sted i verden, som børnene mellem 6-10 år kan forstå og forholde sig til. Børn i denne alder er vant til at se film, og det er helt afgørende, at videoens udtryk i såvel grafik, speak, klipning og varighed tilsvarer det, der kan holde børn i denne målgruppe fanget. Vi trækker hertil på DFS’ know-how og på en afprøvningsperiode i 1. kvartal af 2022. På baggrund af afprøvningen vil journalist og videofotograf producere det endelige videomateriale med materiale fra deres kommunikationsrejse. Videomaterialet vil indgå i det samlede klubmateriale, som vil blive distribueret til alle DFS’ klubber i 2. kvartal af 2022.Vi når også målgruppen gennem vores samarbejde med Foreningen for Kristne Friskoler (FKF). Det er ligeledes et nyt samarbejde, hvorved vi kan nå ud til en målgruppe, vi ikke tidligere har haft stor berøring med. Vi er blevet spurgt til at udvikle et undervisningsmateriale til indskolingen. Denne del vil Marius Weber særligt tage sig af, da han er læreruddannet og arbejder som lærer. Vi har på nuværende tidspunkt en samarbejdsaftale med Midtjyllands Kristne Friskole, som er Danmarks største kristne friskole, og en god kontakt til Johannesskolen i Hillerød. Derudover vil FKF udbrede materialet gennem deres kanaler til skolerne under deres paraply. |

1. **TEMAER. Beskriv hvordan I arbejder med de fire punkter nedenfor** (hvis I gør det)
	1. *Hvordan inddrager I jeres partner i Syd planlægning og gennemførelse af aktiviteten?*
	2. *Hvordan fortæller I om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed?*
	3. *Hvordan indgår FN’s Verdensmål i jeres aktivitet?*
	4. *Hvordan arbejder I med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber?*

|  |
| --- |
| 1. Vores samarbejdspartner, Lutheran Church of Liberia og diverse underafdelinger heraf, bliver inddraget i planlægningen af de rejsendes program. Missionær Elisabeth Poulsen står for kontakten til vores partner, og de planlægger i samarbejde de rejsendes besøg hos nøglepersoner, steder og aktiviteter relateret til vores arbejde.
2. Et af målene for kommunikationsrejsen er en færdigredigeret video, som præsenterer Liberia som land og samfund. Landet bærer på en lang historie, som bærer forklaringen på, hvorfor landet er så udfordret, som det er den dag i dag. Denne video kan ikke undgå at komme ind på, hvilke mekanismer og kulturelle tendenser der bevirker, at landet bliver fastholdt i en uholdbar økonomisk situation, som særligt rammer de svageste i samfundet. Et andet mål er en video og (minimum) en artikel om det projekt i Liberia, vi er en del af, som omhandler hjælp til hiv/aids-ramte familier. Disse familier oplever en stor ulighed, som følge af manglende oplysning om hiv/aids og stigmatisering af de syge som følge heraf.
3. De projekter, som materialet i kommunikationsaktiviteten kommer til at videreformidle, ligger i tråd med flere af FN’s Verdensmål. Den Lutherske Kirke i Liberias arbejde med hiv/aids-ramte familier handler om bedre sundhed og trivsel, jf. verdensmål 3. Der arbejdes både med at forbedre sundheden i form af at forhindre flere i at blive hiv-smittede, og der arbejdes med de hiv/aids-smittedes mentale trivsel. Blandt de yngre i denne gruppe fokuseres der på at få dem i skole, jf. verdensmål 4. Denne indsats vil de rejsende deltage i. Derudover vil de også møde vores og kirkens arbejde i kirkens skolesystem, hvor vi har en medarbejder udsendt med det formål at højne kvaliteten af undervisningen. Vores udsendte medarbejder underviser lærerne i kerneområder inden for didaktik og faglighed, og hun udarbejder værktøjer, som lærerne kan bruge i deres undervisning. Sidst men ikke mindst så vil de opleve, hvordan vores partnerskab med Den Lutherske Kirke i Liberia fra vores side også er en indsats for at styrke kirken, både gennem økonomisk støtte og medarbejderressourcer, jf. verdensmål 16. Alle disse arbejdsindsatser bliver videreformidlet til målgrupperne gennem blandt andet video og undervisningsmateriale.
4. Vi har altid som mål at tale højt om vores partnere og deres arbejde. De gør en kæmpe indsats, men nogen gange er udfordringerne så store, at resultaterne udebliver. Det oplever vi også i Liberia. Derfor fokuserer vi på de små sejre, hvor det er nødvendigt. Vi fokuserer også ofte på de enkelte personhistorier i den store helhed, og her er der ofte meget optimisme og håb at finde. Samtidig ønsker vi at tegne et realistisk billede af Liberia, og derfor er vi ikke bange for at blive nuancerede i vores kommunikation. Denne kommunikationsrejse har som før nævnt også til mål at bidrage til at gøre vores netværk klogere på Liberia som land, så de bedre forstår de udfordringer, kirken i Liberia står over for. Det er ikke os, der kloger os i, hvad Liberia som land og folk skal gøre for at komme på ret køl, men vi ønsker at give de liberianere, der kæmper for forandring, en stemme via vores kommunikationsarbejde og løfte deres historier og erfaringer frem.
 |

1. **PLANLÆGNING. Skriv gerne i punktform (tids)planen for gennemførelse af aktiviteten**
	1. *Tidsplan for aktiviteten*
	2. *Hvilken grad af frivilligt engagement og bidrag forventer I?*
	3. *I hvilket omfang vil det være nødvendigt at aflønne?*
	4. *Beskriv aftaler med Syd-partner og evt. andre organisationer i Danmark om aktiviteten.*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| 25. januar | Forberedelsesdag for de rejsende på sekretariatet i Aarhus |
| 12.-20. februar | Kommunikationsrejse til Liberia med følgende programpunkter:* Besøg hos LCLs hovedkontor i Monrovia + interview med generalsekretær og/eller biskop
* Deltagelse i maduddeling i kirkens hiv/aids-projekt + interview med ansvarlig + interview med deltager (både et barn og en ung)
* Besøg på en af kirkens skoler + interview med lærer + interview med en eller flere elever
* Besøg på kirkens teologiske uddannelsescenter i Totota (LTB-LLMTC) + interview med leder + interview med elev
* Interview med vores udsendte medarbejder Elisabeth
 |
|  | Før eller efter: Evt. interview med Holger Bernt Hansen, professor i Den tredje verdens kirkehistorie og afrikastudier til en infovideo om Liberia. |
| 20. marts | Deadline for efterbearbejdning og indlevering af færdigt materiale. |
| 1. jan. – 30. mar. | Prøveperiode for demo-børneklubmateriale. Erfaringerne herfra styrer hvilken video, der produceres til børneklubberne. |
| 1. apr. – 30. juni | Undervisningsmaterialet til indskolingen præsenteres for lærerne i Foreningen for Kristne Friskoler. Materialet implementeres i det følgende skoleår.Det færdige børneklubsmateriale distribueres til alle DFS’ børneklubber i Danmark.Promissios projektbeskrivelser opdateres med nye videoer fra kommunikationsrejsen. |
| 1. apr. – 30. mar. ’22 | Projektvideoerne bliver vist til de ca. 50 møder, som Promissios medarbejdere og frivillige afholder rundt i hele Danmark. |
| 1. maj – 30. nov. | Artikler fra kommunikationsrejsen udgives i Promissiobladet #2, #3 og #4 2022.Artikler fra kommunikationsrejsen udgives løbende på Promissios hjemmeside og i månedlige nyhedsmails. |

 De to rejsende stiller deres tid på rejsen frivilligt til rådighed. Vi betaler rejsen for dem, men den del får de ikke løn for.Efter hjemkomst vil journalist Anika Weber redigere videoer, fotos og skrive artikler, og denne efterbearbejdningsdel skal hun aflønnes for.Vores partner i Liberia, Lutheran Church of Liberia, glæder sig altid over, at vi tager initiativ i form af besøg fra Danmark, og vil derfor meget gerne stå til rådighed med den tid og de mennesker, som det kan lade sig gøre med. Elisabeth Poulsen tager kontakt til de konkrete grene af arbejdet, når rejsen er blevet konfirmeret. |

1. **KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktivitet**
	1. *Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen?*
	2. *Hvordan kommunikeres udadtil om aktiviteten?*
	3. *Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres?*

|  |
| --- |
| Output’et fra kommunikationsrejsen vil blive brugt i Promissios brede kommunikationsarbejde. Det vil sige at artiklerne vil blive bragt i vores blad (3200 modtagere), i vores nyhedsmail (1500 modtagere), på vores hjemmeside (ca. 1000 besøgende/måned) og på Facebook (1366 likes, rækkevidde på 6000/måned), foruden årsmøde og andre arrangementer i løbet af året. Vi afholder ca. 50 møder om året i sognegårde og kristne fællesskaber landet over, hvilket giver en direkte henvendelse til såvel kendte ansigter som nye venner på op imod 1.000 personer.Som allerede beskrevet under punkt 4 når vi nye målgrupper via vores samarbejde med Danmarks Folkekirkelige Søndagsskoler (DFS) og Foreningen for Kristne Friskoler. De spreder materialet via deres kommunikationskanaler, hvilket betyder, at vi når helt andre modtagere, end vi selv er i stand til. Samarbejdet med DFS er et nyt tiltag, ligesom det også er en ny strategi for FKF at henvende sig til missionsselskaberne for at bede os om at producere materiale til deres lærere. Vi vil derfor ikke udelukke, at historien her kunne være så god, at vi vil udsende en eller flere pressemeddelelser til relevante nyhedskilder. |