



Ansøgningskema Nørrebro Lokaludvalg

Ansøgningskemaet udfyldes og indsendes med e-mail eller brev til:

Nørrebro Lokaludvalg
Att: Louise Zachariassen
Støberiet, Blågårds Plads 3, 3 sal.
2200 København N
noerrebrolokaludvalg@okf.kk.dk

Har du spørgsmål til udfyldelse af ansøgningskemaet eller til Lokaludvalgets puljer, kan du kontakte puljemedarbejder Louise Zachariassen på e-mail: lz@okf.kk.dk eller Tlf.: 26 77 05 82

Der skal desuden vedlægges:

- Et realistisk budget med forventede indtægter og udgifter, herunder evt. medfinansiering
- En kopi af ansøgning om støtte fra anden side, samt evt. svar

Hvilken pulje søger du? Børn & Unge <input checked="" type="checkbox"/> Byrum & Trafik <input type="checkbox"/> Byens Liv <input checked="" type="checkbox"/>
Projektets titel: Urban Identity
Arrangørs navn: Musikforeningen BazarMusicShop
Arrangørs adresse: Bragesgade 10 A 2 sal, 2200 KBH N
Kontaktperson (Navn, adresse og telefonnummer, e-mail): Amir reza Ghomi Fenrisgade 2 st th 2200 KBH N amir@bazarmusicshop.dk Mobil: 51 90 16 63
Kortfattet aktivitets-/projektbeskrivelse (evt. vedlægges): En mode eller trend er en tendens til at en bestemt gruppe af ting eller en bestemt livsstil bliver populært i en given periode. Begrebet bruges mest inden for tøjmoden, men kan også bruges på andre områder, som f.eks. kunst og arkitektur. Mode opstår som et resultat af at en større gruppe af mennesker mener at noget er "in". Ofte som et modtræk på den verden vi lever i, eller måske en tidligere mode.



Ansøgningskema Nørrebro Lokaludvalg

Tøjmode bliver ofte modstillet tøjstil. I den sammenhæng er stil en særlig måde at klæde sig på, der stort set uafhængigt af den gældende mode bliver ved med at være acceptabel. En konservativ udgave af mandens jakkesæt er et eksempel på et klædningsstykke, der kan kategoriseres som en tøjstil. Tøjstile ændrer sig også, men langsomt. For mange unge i dag handler det om at være unik, at finde sin egen helt specielle identitet. Moden handler altså mere om identitet end bare et beklædningsstykke.

Nietzsche mente bl.a., at det vigtige i livet var ikke at overtage andres værdier men at skabe sine egne. I hans tid var det kristendommens værdier, han mente, man ikke burde overtage, fordi det var et givet værdisæt, og derfor ikke ens eget. Man skulle ikke pådattes nogle allerede givne værdier, men sammensætte sit eget sæt.

Dermed mener vi, at unikheden kan være påtaget, hvis det er en trend. Hvis folk har svært ved at finde deres egen identitet, kan de finde sig nødsagede til at overtage andres karaktertræk, og påtage sig en identitet, som måske slet ikke er den sande identitet. Og det er Nietzsche selvfølgelig imod.

Vi ønsker med dette kunstprojekt at oplyse og synliggøre en bestemt mode som præger mange etniske unge i dag. Vi ønsker at undersøge sammenhængen mellem mode og den sande identitet. Målgruppen er unge 15 – 25 år fra Nørrebro.

Vi søger midler til at fremstille en billedsamling, der kunstnerisk repræsenterer en bog med omkring 200 billeder af målgruppen. Bogen bliver baseret på formelle og uformelle situationer med målgruppen og en række af de centrale personer, der omgiver dem – fra deres respektive familier, til fritidslivet og vennerne fra gaden. Dertil kommer forfatterens egne observationer i selskab med målgruppen i forskellige situationer i perioden fra marts 2009 til juni 2009.

Bogen bliver udgivet af BazarMusicShop og bliver distribueret i 3000 eksemplarer. Bogen kan købes online på hjemmesiden. Dog kan den fås GRATIS, hvis man vælger at besøge et af Københavns kommunes biblioteker. Ved udgivelsen afholdes en reception i samarbejde med Biblioteket på Bragesgade.

Ansøgt beløb: 50.000.-

Evt. ansøgt eller bevilget støttebeløb fra anden side:

Områdefornyelsen på Mimergade kvarteret bevilget 50.000.-

Nordea stafans afdelingen bevilget 5.000.-

Københavns billedkunststudvalg venter svar, 50.000.-

Evt. egen medfinansiering og/eller frivilligt arbejde:

Under projektperioden er der 2 frivillige som arbejder c. 10-20 timer i ugen.

Tid og sted for aktivitetens/projektets gennemførelse:

Marts 2009 – juni 2009

Målgruppe:



Ansøgningsskema Nørrebro Lokaludvalg

Den primær målgruppe er unge med anden etnisk baggrund end dansk. Målgruppe er mellem 15 og 20 år - og hovedsagligt fra Nørrebro.

Formål:

Udover at skabe en positiv aktivitet for målgruppen ønsker vi at oplyse og synliggøre en bestemt mode som præger mange etniske unge i dag. Vi ønsker at undersøge sammenhængen mellem mode og den sande identitet.

Er aktiviteten/projektet primært: (sæt kryds)

Netværksdannende

Dialogskabende

Bydelsrettet

Hvordan er aktiviteten/projektet netværksdannende/dialogskabende/bydelsrettet?

Ansøger vurderer, at der er tale om et projekt der fremmer inklusion, idet det positivt inddrager unge fra området, som måske ellers ikke ville blive nået.

Tidsplan:

Tidsplan 2009		
Periode	Aktiviteter	Delmål
Marts	<ul style="list-style-type: none"> • Udarbejdelse af strategi for projektperioden. • Udarbejdelse af locations. • Foto session • Workshop i foto og PR/markedsføring 	<ul style="list-style-type: none"> • Samarbejdsaftaler med lokale ungdomsklubber og andre aktør i Københavns kommune. • Senest november er relevante aftaler, samtaler, kontakter gennemført. • Deltager tilmeldes.
April	<ul style="list-style-type: none"> • Grafisk design, artwork og behandling af billeder. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ved slutningen af januar er efterbehandling af materialet på plads.
Maj	<ul style="list-style-type: none"> • Tryk af bogen. 	
Juni	<ul style="list-style-type: none"> • Udgivelse og Reception 	

Handleplan for hvordan aktiviteten/projektet gennemføres:

1. Medlemmer tilmeldes projektet.
2. Fastlæggelse af location
3. workshops
4. Foto Shoot
5. Redigering og efter behandling
6. Tryk af materiale



Ansøgningskema Nørrebro Lokaludvalg

7. Reception

Aktiviteter:

Foto workshop

Foto Shoot

PR/Markedføring workshop

reception

Forventede resultater:

Vi forventer at projektet synliggøre en bestemt mode som præger mange uge med anden etnisk baggrund end dansk. Og på den måde kan der skabes dialog omkring målgruppens sande identitet. Derudover vil vi gerne skabe positiv omtale omkring de unge og bydelen.

Plan for formidling og offentliggørelse af aktivitetens/projektets erfaringer og resultater:

Vi har omfattende erfaring med at bruge lokale og landsdækkende medier. Vi forventer at benytte os af;

Trykte medier (aviser, magasiner, tidsskrifter, plakater, opslag og flyers)

Online medier; (nyhedsbreve, e-mail-netværk, Blogs samt hjemmesider)

Desuden vil vi gøre en markeret indsats på at bruge lokal radio og lokal TV.

Samarbejdspartnere:

Mads Lorenzen - Fotograf

Bo Vase – Grafisk Design

Ashkan Nejadi - Art-work

Amir Reza Ghomi – Projektledelse & Markedsføring

Henrik Dupont, v/ Det kgl. Bibliotek

Den socialpædagogiske ungdomsinstitution Sjakket

Bibliotekerne I Københavns Kommune

Sæt X, hvis uddybende aktivitets-/projektbeskrivelse vedlægges:

Persondataloven forpligter Københavns Kommune til at oplyse dig om, at lokaludvalget ved behandlingen af din ansøgning vil behandle personoplysninger om dig helt eller delvist ved hjælp af EDB. Oplysningerne behandles med det formål at træffe afgørelse i anledning af din ansøgning. Hvis du beder om det, har du ret til at få oplyst, hvilke oplysninger lokaludvalget behandler. Henvendelse herom bedes rettet til lokaludvalget på ovenstående adresse.