

Opfølgingsnotits & Danida's kommentarer

Evaluering af kommunikations- og oplysningsdelen af Operation Dagsværk

Denne note til Program Komiteen opsummerer de væsentligste resultater og anbefalinger fra den endelige rapport for Evaluering af kommunikations- og oplysningsdelen af Operation Dagsværk. Den indeholder også Danida's kommentarer til evalueringen (management respons) og den forventede opfølgning på evalueringen. Udarbejdelsen af evalueringen har været koordineret med kontoret for Public Diplomacy og Kommunikation (PDK). Opdragsholder for evalueringen er Danida's Evalueringskontor (EVAL). Selve evalueringen er gennemført af Cowi Consult.

Resume

Introduktion

Formålet med evalueringen er at undersøge, dokumentere og vurdere kommunikations-, oplysnings-, og kampagnedelen (herefter kampagnen) af Operation Dagsværk (OD) for at bidrage til den fortsatte kvalificering af denne indsats.

Evalueringen fokuserer på kampagnens fire hovedformål: i) Udvikling af undervisningsmaterialer; ii) afholdelse af fællestimer med oplæg; iii) afholdelse af temadage med workshops; og iv) andre elevbårne aktiviteter på gymnasier og HF. Indsamlingsdelen inddrages kun, hvor den er relevant for kampagnen.

Evalueringen har fulgt OD's aktiviteter fra august til december 2013 og har interviewet elever, frivillige dagsværkere og lærere på gymnasier, frivillige og ansatte på OD's sekretariat, tidligere sekretariatsfrivillige, og NGO'er, som har samarbejdet med OD om årets projekt.

Et centralt element i evalueringen er en e-survey, som blev besvaret af 3.557 elever, herunder 960 dagsværkere, samt 85 lærere. Ligeledes indgår en mindre e-survey med besvarelser fra 84 tidligere sekretariatsfrivillige.

Relevans

Kampagnens formål er bl.a. at bidrage til at "skabe forståelse for udviklingslandenes problemer og for betydningen af dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde". Det svarer til formålet med Danidas Oplysningsbevilling.

Kampagnen er tilrettelagt, så den vækker gymnasieelevers nysgerrighed om globale problemstillinger og så de kan stifte et, omend begrænset, bekendtskab med ulandstemaer. Emner, som eleverne ellers sjældent møder i deres gymnasieforløb.

Kampagnen lægger op til, at eleverne tager stilling til, om de vil deltage i frivillige aktiviteter på skolerne og i en indsamling – Dagsværksdagen - til fordel for et projekt i et udviklingsland. Processen styrker skolernes elevdemokrati og træner elever i at give deres meninger til kende.

Effekt

OD gennemfører hvert år en landsdækkende kampagne, der formår at nå ud til op imod 60.000 elever og engagere mere end 20.000 elever til aktivt at gå ud og samle 4-6 mio. kr. ind til et udviklingsprojekt. Det er i sig selv en betydelig bedrift med stor effekt at nå så vidt ud.

Årets kampagne 2013 levede op til formålet med at vække nysgerrighed om udviklingsproblematikker blandt de deltagende elever: Tre ud af fire fandt, at oplysningskampagnen havde nuanceret deres syn på udviklingsbistand og på at deltage i frivillige aktiviteter.

Undervisningsmaterialet var af høj kvalitet, men svært at passe ind i undervisningsplanerne i 2. og 3.g/2. HF. Flere lærere pegede på, at materialet skal målrettes 1.g/1. HF, hvis det skal kunne anvendes. Samtidig er OD i konkurrence med aktuelle temaer, som prioriteres højt, f.eks. kommunalvalget i november 2013. Det begrænser mulighederne for at anvende materialerne i undervisningen yderligere, at så få lærere deltager i OD's *lærerseminarer*.

Fællestimen – en én times sammenfatning på skolerne om OD og kampagnen - var det mest effektfulde og mest udbredte element i kampagnen (der blev afholdt mere end 100 fællestimer). Fællestimen er afgørende for, at eleverne forstår årets projekt og tema, at de kan identificere sig med målgrupperne for projektet, og at de bliver motiveret for at deltage i indsamlingen. De fleste elever kunne huske budskaberne fra fællestimen 1-2 måneder efter fællestimen. Det vidner om en betydelig effekt af fællestimen.

På 20 skoler blev der arrangeret hele *temadage* med otte workshops, som fokuserede på årets tema og på at skabe aktive medborgere. De fleste elever, og i særdeleshed lærerne, fandt, at temadagen med fordel kunne have fokuseret mere på årets tema. Den beskedne brug af temadage betyder, at effekten er begrænset.

OD's *kampagnemateriale* var professionelt udført og – gennem de elevbårne aktiviteter - passede godt til målgruppen. Næsten halvdelen af de adspurgte elever lagde mærke til materialet og tænkte over budskabet. Langt de fleste havde set materialerne på skolen, mens knap halvdelen havde set dem på de sociale medier.

Samlet set havde elevaktiviteter, fællestimen og kampagnematerialet den største gennemslagskraft, mens der kun kunne spores en beskedne effekt af indsatsen på temadage og næsten ingen effekt af OD's undervisningsmaterialer. En særlig udfordring er, at kampagnen ikke fortæller om hvad der er kommet ud af de tidligere års projekter. Det ville styrke troværdigheden af kampagnen og dermed OD's gennemslagskraft, hvis disse resultater blev præsenteret for såvel elever som presse.

Effekt for frivillige

De aktive dagsværkere på skolerne har et særligt udbytte af at deltage i kampagnen, både hvad angår læring om udviklingstemaer, og hvad angår en række generelle organisatoriske kompetencer. Det gælder i endnu højere grad sekretariatsfrivillige, som senere hen i livet anvender de erhvervede kompetencer i mange sammenhænge og gør brug OD-relaterede netværk bl.a. ved jobsøgning.

Effektivitet

Overordnet set betragter evalueringen OD som en uhyre effektiv organisation. OD's frivillige organisationsform, som hele tiden tilføres nye og energiske unge ressourcer, er organisationens helt store styrke.

Det gøres for et samlet budget på omkring 2 mio. kr. Det er uhørt billigt og kan kun lade sig gøre på grund af det meget beskedne sekretariat med kun to fuldtidsansatte og 5-6 studenter og en massiv satsning på frivilligt engagement og arbejdskraft.

OD formår at blive ved med at være attraktiv for danske NGO'er, som konkurrerer om årets projekt ved at levere et kampagne-klart projekt til OD. Dels fordi der bliver samlet penge ind til et konkret projekt, dels fordi disse penge indgår i organisationens egenfinansiering, som er vigtig når der søges om bistandsmidler, og endelig fordi OD når ud til en stor en målgruppe af gymnasieelever, som det ellers er svært for organisationerne at nå.

Den pressede tidsplan og den store brug af frivillige bevirker, at der er meget lidt tid og kapacitet til at stoppe op og vurdere, om kampagnen har de rigtige prioriteter og om den når sine mål. Den manglende anvendelse af undervisningsmateriale og timingen for udgivelse af materialerne er eksempler på dette.

Anbefalinger

Evalueringen anbefaler følgende:

- Kampagnen bør bevare sin unikke ung-til-ung formidling af udviklingsproblematikker og organisationsform, der bygger indsatsen på frivillige fra sekretariatet og gymnasier, med professionel støtte fra få lønnede medarbejdere.
- Oplysningselementet i kampagnen bør styrkes overfor den primære målgruppe, eleverne, så alle elementer i kampagnen fokuserer på ulands- og globale udfordringer i årets projekt. Samtidig bør de gode elementer bevares: Understøttelse af elevaktiviteter, film og oplæg til fællestimen samt den elevaktiverende tilgang.
- Koncepterne "fællestime, temadag, opsamling på temadag og undervisningsmateriale" bør gentænkes i næste års planlægning. Det bør overvejes at gøre temadagen kortere og tilbyde skolerne en billigere og mere attraktiv pakke.
- Sekretariatet bør – sammen med interesserede lærere - udvikle undervisningsmaterialer, som er anvendelige i forskellige undervisningsforløb og klassetrin, primært 1.g/1. HF. OD bør undersøge, hvilke fag, der er interesserede i at gøre brug af OD's tilbud om undervisningsmaterialer, samt hvilken type materialer, de har brug for (analyser, spil, mv).
- OD bør undersøge, om gymnasielærerne i højere grad kunne medvirke til at undervise i årets tema og sætte oplysning om udviklingsproblematikker på skemaet. OD bør også

undersøge, om lærerne gennem deres faglige foreninger kunne medvirke aktivt til at skabe interesse for OD's kampagne. Det kunne ske gennem, at OD går i dialog med lærernes faglige foreninger, f.eks. Gymnasielærernes Landsforbund og Danmarks Lærerforening.

- Timing for publicering af undervisningsmaterialer bør tilpasses gymnasiernes planlægningskalender – dvs. gerne rykkes en måned frem.
- Det skal vurderes, om brugen af sociale medier bør gentænkes og styrkes som en væsentlig platform for kampagnen.
- OD kan overveje en særlig indsats overfor 9-10 klasse, f.eks. på efterskoler, der dog først bør melde tilbage, om de er interesserede. Afhængig af skolernes tilbagemelding, bør OD gennemføre et pilotprojekt, der målretter og tester kampagnematerialet på denne målgruppe.
- Hvis OD beslutter at gøre en særlig indsats overfor 9-10 klasse, bør der søges midler til en sekretariatsansat, som har erfaring med denne målgruppe.
- Kampagnen bør omfatte et element, der oplyser om resultaterne af de foregående års projekter. Det bør målrettes både skoler og pressen. Formidlingen til elever bør foregå i forbindelse med igangsættelsen af årets kampagne. Formidlingen til pressen kunne være i form af et tilbud til lokalaviserne om at bringe en eller flere præ-fabrikerede artikler eller indstik.
- Med henblik på at sikre mere kontinuitet, kan det overvejes at ændre reglerne for ansættelse på sekretariatet således, at både sekretariatsleder og kampagneleder kan være ansat for tre år. Afløsning på posterne bør i så fald ske forskudt med henblik på at sikre kontinuitet.
- OD bør overveje en henvendelse til undervisningsministeriet om at udsende en generel opfordring til de deltagende skoler om ikke at notere fravær, hvis eleverne deltager i kampagnen og indsamlingen.
- OD bør signalere, at bidrag fra indsamlingen på mindre end 300 kr. også er velkomne.

Danida's kommentarer

Danidas Oplysningsbevilling har over en årrække på baggrund af årlige, konkrete ansøgninger støttet Operation Dagsværks undervisnings- og kampagneaktiviteter. Hertil kommer, at Operation Dagsværk i forbindelse med de forskellige kampagner samarbejder med en af de folkelige organisationer, som støttes af Danidas kontor for Humanitær Indsats, Civilsamfunds- og Personelbistand.

Danida noterer derfor med tilfredshed, at evalueringen viser, at Operation Dagsværk er en meget effektiv organisation, som med få midler formår at engagere elever på gymnasieniveau i en kampagne, der i høj grad baserer sig på frivillig arbejdskraft.

Det er også positivt, at evalueringen bedømmer undervisningsmaterialet til at være af høj kvalitet, og at Operation Dagsværk vedbliver at være en attraktiv samarbejdspartner for de danske

folkelige organisationer, der hvert år konkurrerer om at blive samarbejdspartner i forbindelse med årets projekt.

Danida noterer også, at evalueringen kommer med nogle anbefalinger til justeringer, som Oplysningsudvalget vil drøfte på sit førstkommende møde og efterfølgende med Operation Dagsværk.

Bla. bør det overvejes, om det vil være mere hensigtsmæssigt at fokusere på 1.g i stedet for afgangsklassen, og om et større fokus på oplysning om resultatet af de foregående års kampagner kan bidrage til at styrke kampagnens troværdighed og det fremtidige elevengagement.

Danida er derimod ikke enig i, at kampagnen bør udvides til også at omfatte folkeskolen, for det vil kræve flere fastansatte på sekretariatet og dermed få kampagnen til at miste noget af sin unikke frivillighedsindsats.