

UDENRIGSMINISTERIET

DANIDA | DANMARKS
UDVIKLINGSSAMARBEJDE



EVALUERING AF DANIDAS OPLYSNINGSBEVILLING 2012-2016

EVALUERING

November 2016



**Evaluering af
Danidas Oplysningsbevilling
2012-2016**

Verner Kristiansen ApS

November 2016

© Udenrigsministeriet
November 2016

Udgivet af: Evalueringskontoret, Udenrigsministeriet
Forsidefoto: Africa Reframed/Namsa Leuba
Grafisk produktion: Datagraf

ISBN: PDF: 978-87-7087-997-2
ISBN: HTML: 978-87-7087-998-9

Evalueringen kan downloades gennem Udenrigsministeriets hjemmeside um.dk
eller gennem Evalueringskontorets hjemmeside evaluering.um.dk

Kontakt: eval@um.dk

Ansvar for evalueringsrapportens indhold, fremstilling og anbefalinger påhviler alene evalueringsholdet.
Evaluerings konklusioner og tilkendegivelser er således ikke nødvendigvis i overensstemmelse med
Udenrigsministeriets synspunkter.

Indhold

Resumé	7
1 Indledning	12
1.1 Baggrund for Danidas Oplysningsbevilling	12
1.2 Kontekst for evalueringen	13
1.3 Evalueringsmetode	13
2 Den samlede oplysningsbevillings resultater	16
2.1 Oplysningsudvalgets programteori	16
2.2 Overblik over samlet portefølje	17
2.3 Institutionel ramme	20
3 Vurdering af udvalgte oplysningsaktiviteter	22
3.1 Relevans	22
3.2 Effektivitet	27
3.3 Efficiens	36
4 Konklusioner	40
5 anbefalinger	44

Følgende annekser ligger som selvstændige filer på <http://evaluation.um.dk>:

Anneks 1	Terms of Reference
Anneks 2	Evalueringsmatrice
Anneks 3	Oversigt over respondenter
Anneks 4	Spørgeskema
Anneks 5	Spørgeramme
Anneks 6	Litteraturliste

Resumé

Denne rapport sammenfatter resultaterne af en evaluering af Danidas Oplysningsbevilling, der er gennemført fra september til november 2016. Evalueringen omfatter den femårige periode 2012-16 og kombinerer kvantitative metoder, som spørgeskema og kortlægning af bevillingsmønstre, med kvalitativ analyse af ni projekter, udvalgt med det formål at udfolde dilemmaer og finde inspiration til fornyelse af fremtidig oplysningsindsats.

Metoden har gjort det muligt at besvare opgavebeskrivelsens syv evalueringsspørgsmål med en vis dybde og blik for dilemmaerne på området. Vurdering af resultater og produktanalyser er sammenholdt med 65 interviews med bevillingsmodtagere, samarbejdspartnere og, hvor det har været muligt, repræsentanter for projekternes målgrupper. Metodens begrænsninger omfatter vanskeligt målbare resultater hos de tilsigtede målgrupper og den tendens, at bevillingsmodtagere typisk vil vurdere effekten af den støtte, de selv har modtaget, mere positivt end andre. Evalueringen har håndteret denne risiko ved at vurdere resultaterne med et kritisk blik på al indsamlet data ud fra de tre parametre relevans, efficiens og effekt, der kan dokumenteres og kvantificeres.

Tilgangen inddrager i sin kortlægningsdel alle de 305 projekter, der er blevet tildelt støtte i perioden. Kortlægningen viser fordeling af støtte på temaer, medier og målgrupper samt bevillingsstørrelse. For at komme mere i dybden med evidens og derved kunne sige noget meningsfuldt om dilemmaerne i den ambition, der fremgår af opgavebeskrivelsen for evalueringen om 'nyskabende indsatser, der skaber aktiv interesse for forholdene i udviklingslandene', ser evalueringen nærmere på de ni eksempler, der fremgår af tabellen på næste side.

Overblik over evalueringens ni udvalgte oplysningsindsatser

Projekt	Formål
Kategori: Generelt	
Skolespil: Præsident for en dag: Palæstina (Serious Games Interactive)	Skabe dyb forståelse blandt skoleelever for Israel/ Palæstina-konflikten med fokus på udvikling, fred og statsopbygning.
Partnerskab: Ambassadørprogram for sundhed i Malawi (Bilka)	Øge kendskabet til sundhed i Malawi og skabe engagement blandt Bilkas 9.000 ansatte og 2,7 mio. årlige kunder.
Skolekampagne: #DetErMinRet (Sex & Samfund)	Oplyse 3.000 danske elever i 7.-9. klasse om børn/unges rettigheder, roller, køn, seksualitet og adgang til skole.
Kategori: Undervisning	
Partnerskab: Move-Eat-Learn (Gentofte Kommune)	Styrke tværkulturelle kompetencer hos 225 elever, ni lærere og skoleledelse samt udvikle metoder og undervisningsmodeller.
Skolespil: Slum Challenge (Råfilm)	Give unge danskere et engagerende indblik i muligheder og begrænsninger ved at leve i et slumområde.
Skoleturné: Global Praxis: Trommer og Tale (Mundu)	Gøre det lettere for danske lærere især i udkant-sområder at inddrage globalisering og udvikling i undervisning.
Kategori: Film/TV	
Kortfilm: Verdensbilledlegatet (Innovisio)	Styrke bevidstheden om ulandsproblematik blandt de årligt 20 studerende, der qua legatet producerer 10 film.
Dokumentar: Democrats (Upfront Films)	Dokumentere Zimbabwe-forfatningskampen fra start til slut og på en måde, der er tilgængelig for de uindviede seere.
Dokumentar: Tilbage til rødderne (DR)	Formidle til forventet 350.000 seere, hvad Vietnam er for et land at være flygtet fra og nu vende tilbage til som gæst.

Evalueringen konkluderer, at Oplysningsbevillingen samlet set er relevant og hensigtsmæssig i forhold til lovens formål, men med sin betoning af det danske udviklings-samarbejde i dag ikke fremstår i fuld samklang med det paradigmeskifte i retning af globalt forbundne udfordringer og brede partnerskaber, der følger med de globale bæredygtighedsmål.

Antagelserne, der ligger til grund for Oplysningsbevillingens samlede støtte til 305 projekter, er sammenfattet som første skridt af evalueringen. Interviews og efterfølgende analyse bekræfter i vid udstrækning antagelserne og dokumenterer, at der med kvalitets-produktioner på afgrænsede indsatsområder er bidraget til øget forståelse for udviklings-

landenes udfordringer, om end spredning af de støttede produktioner ofte kunne have været markant større.

Fokus på dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde viser sig at være forsvindende lille i oplysningsbevillingens portefølje i lyset af, at de to formål er sidestillede i loven. Oplysningsbevillingen prioriterer indsatser, der oplyser om udviklingslandenes udfordringer, og det skyldes ifølge Oplysningsudvalget fraværet af ansøgninger med fokus på at formidle dansk udviklingsbistand. Eneste undtagelse er evidens i et af de ni projekter for, at oplysning har fremmet forståelse for dansk udviklingssamarbejde hos Bilka-ansatte, der med støtte fra Oplysningsbevillingen har engageret sig i Folkekirkens Nødhjælps indsats i Malawi.

Evalueringen konkluderer på baggrund af kontekst og evidens, at en revision af Oplysningsbevillingens mandat er tiltrængt. Isoleret fokus på udviklingslande og udviklingssamarbejde virker utidssvarende i lyset af de globale bæredygtighedsmål, der også omfatter udfordringer for Danmark og sætter udvikling i en langt bredere kontekst. Et bredere, global tilgang rummer mulighed for at bringe flere vinkler i spil, herunder myndighedssamarbejde, forbrug i Danmark og partnerskaber med den private sektor.

Både kohærens og effektivitet er faktorer, der ligger til grund for Oplysningsudvalgets vurdering af ansøgningerne. Evalueringen af de ni udvalgte indsatser peger imidlertid på, at indsatsernes markedsføringsstrategi ikke er tilstrækkelig i fokus, hverken når det gælder konkrete planer for udbredelse af materialerne eller midler til gennemførelse heraf.

Aktiviteter med både formidlende og mobiliserende sigte støttes af Oplysningsbevillingen. Der konkluderes i evalueringen, at begge typer er relevante, og at der er potentiale for at understøtte mobilisering af nye formidlere yderligere gennem partnerskaber og netværk.

Det konkluderes endvidere, at Oplysningsudvalget har udvist gode taktik i sit opsøgende arbejde med potentielle bevillingsmodtagere for at understøtte anderledes partnerskaber, men at potentialet langt fra er fuldt udnyttet.

De ni udvalgte projekter vurderes generelt at have høj relevans i såvel valg af tema som formidlingstilgang. Høj relevans kommer til udtryk i valg af temaer som fx (i) rejseindtryk fra et overraskende moderne Vietnam, som seerne får lov at opleve gennem en vietnamesisk flygtning tilbage på familiebesøg, (ii) betydningen af personlige relationer i en forfatningsproces i Zimbabwe, som seerne får præsenteret som kammerspil med to nøgleaktører, og endelig (iii) muligheden for identifikation med unge ugandere, kenyanere, syrere og nepaleseres udfordringer med parforhold, uønsket graviditet og forelskelse, for målgruppen af danske elever i 7. til 9. klasse, der tumler med tilsvarende spørgsmål. En lærer fremhæver særligt, hvordan materialet om unge og seksualitet i Syrien på en uventet måde viste sig relevant for ønsket om at formidle konkret og vedkommende om baggrunden for de syriske elever, der er kommet til Fjerritslev Skole.

Omkostningseffektiviteten (efficiens) af de undersøgte projekter vurderes til gengæld som gennemgående utilfredsstillende med talrige eksempler på udbredelse af materialer langt under det forventede i ansøgningerne. Mange projekter opnår kun begrænset rækkevidde, og kun to ud af de ni indsatser – *Tilbage til Rødderne* og Gentofte-skolernes *Move-Eat-Learn* – når deres egne resultatmål. Øvrige oplysningsaktiviteter er enten langt fra at opfylde deres egne resultatmål (*Democrats* og *Præsident for en dag: Palæstina*) eller

har kun indfriet dele af deres forventede resultater. Samlet set vurderes det, at planer for og midler til markedsføring af aktiviteterne er utilstrækkelige. Undervisningssektoren kalder her på særlig opmærksomhed på tidlig inddragelse af ledelse, lærere og kommuner for at sikre tilstrækkelig efterspørgsel.

Udfordringen for flertallet af de undersøgte projekter er, at de typisk har relevans og kvalitet, men står tilbage efter endt støtteperiode som lagersucceser med anvendelse og udbredelse som største udfordring. *Bilkas* projekt med at engagere varehusansatte som kommunikatører står ud fra mængden som undtagelsen, der bekræfter reglen, når det gælder igangsættende indsatser på erhvervsområdet. Projektet er et eksempel på højt engagement tre år efter støtteperiodens udløb, hvor der er vilje til at arbejde videre med både støtte til Malawi gennem samarbejdet med Folkekirkens Nødhjælp og tilsvarende partnerskaber med eksempelvis Dansk Naturfredningsforening. Der synes hermed at eksistere et potentiale for at udvikle en samlet kommunikationsindsats for de globale bæredygtighedsmål og deres betydning i en dansk og international kontekst.

Evalueringen konkluderer, at Oplysningsbevillingens institutionelle forankring i Udenrigsministeriet overordnet set sikrer en hensigtsmæssig udmøntning af bevillingen, men at justeringer er ønskværdige. Den overordnede positive vurdering af de eksisterende rammer baserer sig på (i) at den ansøgningsbaserede pulje giver mulighed for troværdig formidling, der har potentialet til at involvere partnerskaber med en bred kreds af danskere; (ii) at forankringen i Udenrigsministeriet giver mulighed for synergi med netværk af nye aktører og udenrigspolitiske dagsordner; og (iii) at der er tilfredshed blandt brugerne med Oplysningsbevillingens relativt omkostningseffektive sekretariatsbetjening.

Til gengæld peger evalueringen på behov for ajourføre navnet væk fra den lidt bedagede udviklingsterminologi og lys/mørke-dikotomi og det afsender-orienteret begreb 'bevilling', der primært knytter sig til ministeriets interne finanslovshjemmel. Et nyt navn vil rumme en vigtig signalværdi, som evalueringen konkluderer kunne indgå i en samlet revision af institutionelle aspekter som rotation af udvalgets medlemmer og mere strategisk tilgang med en endnu større grad af opsøgende arbejde. En sådan strategisk tilgang rummer også muligheder for en mere tidssvarende indsats i samklang med de globale bæredygtighedsmål og deres brede og mere universelle tilgang til verdens udfordringer.

Evalueringen anbefaler:

1. At fastholde en ansøgningsbaseret bevilling i Udenrigsministeriet til at støtte udvikling og markedsføring af troværdig og tidssvarende kommunikation om udviklingslande til en bred skare af klart definerede målgrupper af danskere.
2. At et eksternt udvalg fastholdes i moderniseret version ad modem:
 - a. Udenrigsministeren udnævner seks medlemmer, der matcher kompetenceprofilerne:
 - Udvikling og globalisering
 - Partnerskab og erhverv
 - Film/TV produktion
 - Journalistik og medier
 - Pædagogik og didaktik
 - Digital kommunikation

- b. Udnævnelse sker for en treårig periode og med mulighed for op til to genudnævnelser.
 - c. Udvalget indfører et fjerde årligt møde for at evaluere kvalitet og spredning af sidste års støtte, konsultere med strategiske brancheaktører og i samråd med Udenrigsministeriet definere et særligt tema, der søges fremmet med ca. 50% af midlerne samt en styrket opsøgende indsats fra udvalgsmedlemmernes side det kommende år.
3. At retningslinjerne ajourføres for bedre at afspejle den universelle tilgang i de globale bæredygtigheds mål, så udviklingssamarbejde nedtones til fordel for en mere global tilgang med bredere vinkler på udviklingslandene, involverende partnerskabskommunikation og personligt vedkommende formidling. I konsekvens heraf gives tidssvarende navn i stil med: *Global Dialogpulje* eller *Global Udviklingsdialog*.
4. At sikre passende balance mellem:
- a. Relativ beskeden støtte til bredden, fx vækstlag blandt filmproducenter.
 - b. Skærpede krav om dokumenterede kompetencer og markedsføringsbudget fra ansøgere om støtte til smallere, dybere og mere bekostelige internationalt orienterede dokumentarfilm.
5. At prioritere ansøgere, der kan sandsynliggøre, at de når bredere ud til klart definerede målgrupper med materialer, modeller og oplevelser, fx i kraft af:
- a. Anderledes partnerskaber med brede netværk og oplevelser for formidlerne.
 - b. Budgetlinje med flere midler til markedsføring og ekstern sparring undervejs.
 - c. Skærpet krav i skoletiltag om tidlig involvering af kommune, ledelse og lærere i efterspørgsel.
 - d. Indarbejdelse af marketingselementer i design ved støtte til digitale spil.
 - e. Krav om dokumentation af resultater og progression fra projektgangangere.
6. At indføre en minimumsgrænse på DKK 250.000 for ansøgninger, og at der til gengæld stilles krav til de færre og større projekter om langt mere markante budgetlinjer til markedsføring af materialer og modeller samt planer for ekstern effektmåling af indsatserne.
7. At muliggøre støtte til versionering og flere produktioner på engelsk som middel til bredere international anvendelse og øget dansk udbredelse.

1 Indledning

Denne rapport sammenfatter resultaterne af en evaluering annonceret af Udenrigsministeriet i juli 2016 og gennemført af Verner Kristiansen (teamleder) og Rikke Ingrid Jensen fra september til november 2016. Baggrunden for Danidas Oplysningsbevilling, beslutningen om at gennemføre evalueringen samt dens metodiske tilgang beskrives i dette indledende kapitel.

Evalueringen omfatter analyse af den samlede portefølje af 305 projekter, og resultaterne af denne analyse præsenteres i rapportens kapitel 2. Dette kapitel sammenfatter i første række seks antagelser, der findes at ligge til grund for oplysningsbevillingen, og desuden vurderer de institutionelle rammer for oplysningsbevillingens udmøntning.

Kapitel 3 præsenterer de mere dybdegående undersøgelser af ni udvalgte projekter, der har modtaget støtte i perioden 2012-2016. Erfaringer fra Holland og Storbritannien sammenfattes kort i bokse undervejs og er tænkt som inspiration for fremtidig indsats. Endelig præsenteres evalueringens konklusioner i kapitel 4 og anbefalinger i kapitel 5.

1.1 Baggrund for Danidas Oplysningsbevilling

Dialog med danskerne har stået centralt, siden Danmarks deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde blev indvarslet af en storstilet indsamlingskampagne i 1962, hvor Danida bliver født på fjernsynet med kommunikation i fokus fra start. Midler til at formidle om udviklingslandene til danskerne er indgået i Danidas budget i varierende omfang og form lige siden. Bevillingsgrundlaget er senest formuleret i Lov 555 om Danmarks deltagelse i internationalt udviklingssamarbejde som følger:

§ 6. Med henblik på at udbrede kendskab til og forståelse for udviklingslandes udfordringer og for betydningen af dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde kan udviklingsministeren iværksætte eller yde tilskud til aktiviteter med dette formål.

Selv om loven er ændret adskillige gange siden 1962 er det dobbelte formål om at udbrede kendskab til udviklingslandenes udfordringer og Danmarks udviklingssamarbejde stort set uforandret. Omvendt har den ene evaluering efter den anden af Danidas Oplysningsbevilling peget på, at interessen for at kommunikere om udviklingslandene generelt langt overgår interessen for at formidle dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde.

Forklaringen skal ikke mindst findes i den arbejdsdeling, der har taget form over årene. Hvor Udenrigsministeriets kommunikation og civilsamfundsorganisationernes programoplysning (pro-midler) i vid udstrækning formidler resultater af det konkrete udviklingssamarbejde, har ansøgere til Oplysningsbevillingen været langt mere optaget af generel formidling om udviklingslandene. Denne *de facto* arbejdsdeling til trods fremhæver Oplysningsbevillingens vejledning til ansøgere, at man *særligt gerne ser ansøgninger om dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde*.

1.2 Kontekst for evalueringen

Oplysningsbevillingen er blevet evalueret flere gange og senest i 2008, hvor den samlede oplysningsvirksomhed om udviklingslandene blev evalueret og blandt andet pegede på udfordringer med markedsføring og reel anvendelse af materialer samt behov for erfaringsopsamling og en tilgang med mere involverende debat.

Nærværende evaluering fokuserer på Oplysningsbevillingens resultater igennem fem år fra 2012 til 2016 og har til hensigt at tilvejebringe et evidensgrundlag for beslutninger om institutionel forankring og styrkelse af den folkelige oplysningsindsats. I løbet af perioden har FN lanceret globale bæredygtighedsmål (*Sustainable Development Goals*), der sætter en mere global og universel dagsorden, som er omdrejningspunktet for Verden 2030, *#voresDKaid* – den danske udviklingspolitiske og humanitære strategi, hvor partnerskaber står helt centralt. Med andre ord søges der med evalueringen også svar på, hvilke tilpasninger der er brug for i en ny virkelighed med globale bæredygtighedsmål og paradigmeskift på udviklingsområdet.

1.3 Evalueringsmetode

Evalueringen kombinerer kvantitative metoder som spørgeskema og kortlægning af bevil-lingsmønstre med kvalitativ analyse af ni projekter, udvalgt med det formål at udfolde formidlingsdilemmaer og finde inspiration til fornyelse og prioriteter for fremtidens oplysningsindsats. Tilgangen er praksisorienteret med i alt 65 gennemførte interviews og kombination af fem hovedelementer:

- (i) **Kortlægning** og vurdering af dansk oplysningsindsats fra 2012-2016 med fokus på temaer, medier og målgrupper samt bevillingsstørrelse.
- (ii) **Programteoretisk analyse** af Oplysningsbevillingens formål og praksis. Udledte programantagelser, herunder ønske om nye målgrupper, partnerskabstyper, spredningseffekt og handling testes gennem analyse, interviews og diskussion.
- (iii) **Case analyse** af ni udvalgte oplysningsindsatser med særlig vægt på indsatsernes relevans, effektivitet og efficiens.
- (iv) **Inspiration** til fremtidens oplysningsindsats, herunder fra NL og UK.
- (v) **Idéudvikling** af nye prioriteter og institutionelle rammer i dialog med Oplysnings-udvalget og nøgleaktører fra medier og civilsamfund.

Kriterier for udvælgelse

Alle 305 støttede indsatser fra 2012-2016 indgår i analyse og kortlægning af den samlede portefølje. Ni indsatser er udvalgt til grundigere undersøgelse, herunder i dialog med bevillingsmodtagere og partnere. Den udvalgte sample er ikke nødvendigvis repræsentativ, men valgt ud fra et formål om at komme mere i dybden med evidens og kunne sige noget meningsfuldt om dilemmaerne i oplysningsudfordringen. Nærmere bestemt undersøges ni indsatser fra de tre hovedområder, der fremgår af første afsnit i opgavebeskrivelsen:

- Oplysningsprojekter generelt
- Oplysning rettet specifikt mod undervisningssektoren
- Oplysningsaktiviteter gennem TV (u-lands-tv-puljen)

Udvælgelsen af indsatser er formålsbestemt af ønsket om på kort tid at dække produkttyper, samarbejdsformer og geografisk spredning. Herudover har inddragelse af projekter af nyskabende karakter været prioritet i tråd med den ambition om 'nyskabende indsatser, der skaber aktiv interesse for forholdene i udviklingslandene', der fremgår af opgavebeskrivelsen. Interessen for gode eksempler vil alt andet lige præge udvælgelsen i positiv retning, men har langt fra udelukket kritisk tilgang i analysen.

Overblik over ni udvalgte indsatser og kilder

Kategori	Case A	Case B	Case C
1. Generelt	PRJ-00989 Serious Games Interactive: <i>Præsident for en dag</i> (Palæstina)	PRJ-00677 Bilka: Ambassadørprogram til oplysning om <i>sundhed i Malawi</i>	PRJ-01046 Sex & Samfund: <i>#DetErMinRet</i> (Uge Seks, Women Deliver)
<i>primære kilder</i>	Ansøgning, spil, eval., testresultater, to interviews.	Ansøgning, artikler, tilbudsavis, fem interviews evalueringsrapport	Ansøgning, moduler, evalueringsrapport, tre interviews
2. Undervisning	PRJ-01138 Gentofte Kommune (Kenya): <i>Move-Eat-Learn</i>	PRJ-00727 Råfilm: <i>Slum Challenge</i>	PRJ-01053 MUNDU: <i>Global Praksis, Trommer og Tale</i>
<i>primære kilder</i>	Ansøgning, fem bøger, evalueringspapirer, tre int., fokusgruppe	Ansøgning, eval., spil, materiale, fire interviews	Ansøgning, eval. og fire interviews
3. TV/Film	PRJ-00648 Innovisio: <i>Verdensbilledlegat</i>	UTV-00705 Upfront: <i>Democrats</i> (Zimbabwe)	UTV-01034 DR: <i>Tilbage til rødderne</i> (Vietnam)
<i>primære kilder</i>	Ansøgning, kortfilm, evalueringsrapport, statistik, fire interviews	Ansøgning, evaluering, dokumentarfilm, materialer, to interviews	Ansøgning, eval., TV-program, et interview, DR analysemateriale

Som svar på opgavebeskrivelsen i Anneks 1 vurderer evalueringen relevans, effektivitet og efficiens af Oplysningsbevillingen. Det sker ved at besvare syv evalueringsspørgsmål, som er udfoldet i en evalueringsmatrice og findes i Anneks 2. Derimod vurderer evalueringen ikke overordnet effekt (*impact*) og bæredygtighed, da der ikke er datagrundlag for en sådan analyse. Efficiens vurderes udelukkende på basis af bevillingsmodtageres og Oplysningsudvalgets selv-evalueringer og oplysninger. Konsultationer med målgrupper indgår i analysen af udvalgte oplysningstiltag, hvor det skønnes særligt relevant.

For hver af de ni udvalgte projekter er der gennemført en analyse af formålet som afspejlet i de oprindelige ansøgninger og graden af målopfyldelse som afspejlet i det særlige format for selv-evaluering, som bevillingsmodtagere udfylder. Desuden er materialer i form af dokumentarudsendelser, undervisningsmaterialer og videospil blevet analyseret og diskuteret som led i interviews med bevillingsmodtagere. Endelig er der gennemført

interviews og fokusgrupper med vigtige samarbejdspartnere som fx lærere, varehuschefer og filmlegatmodtagere samt, hvor muligt og meningsfuldt, udvalgte målgrupperepræsentanter.

Tilgangen har gjort det muligt at besvare de syv evalueringsspørgsmål i opgavebeskrivelsen med en vis dybde og blik for dilemmaerne på fagområdet. Metodens begrænsninger gør sig navnlig gældende i forhold til vanskeligt målbare resultater hos de tilsigtede målgrupper og den tendens, bevillingsmodtagere typisk har til at vurdere effekten af den støtte, de selv har modtaget, mere positivt end andre. Evalueringen har søgt at håndtere denne risiko ved at vurdere materialerne og deres tilblivelse og samtidig fastholde et så vidt muligt nøgternt blik på al indsamlet data ud fra de tre udvalgte parametre relevans, efficiens og effekt, der kan dokumenteres og kvantificeres.

2 Den samlede oplysningsbevillings resultater

Dette afsnit sammenfatter evalueringens resultater, når det gælder Oplysningsudvalgets virke og udmøntning af den samlede portefølje af 305 projekter mellem 2012 og 2016. Afsnittet er baseret på interviews med Oplysningsudvalgets medlemmer og analyse af talmateriale fra sekretariatet, der belyser den samlede porteføljes fordeling på målgrupper, medier og temaer.

2.1 Oplysningsudvalgets programteori

For at vurdere resultaterne er det vigtigt at kende den grundlæggende *Theory of Change*, det vil sige de programteoretiske antagelser om, hvordan Oplysningsudvalget bedst udmønter sit mandat. Da der ikke foreligger en programteori for Oplysningsbevillingen i ét samlet dokument, har evalueringen udledt programteoretiske antagelser i form af udvalgets bagvedliggende tanker og forestillinger. Det er sket primært gennem interviews og diskussion med Oplysningsudvalgets tidligere og nuværende medlemmer; men også ved at analysere lovmateriale, strategidokumenter og retningslinjer. Resultatet præsenteres som svar på spørgsmål 1 i rapportens konklusion.

Seks antagelser er udledt som styrende for indsatsen:

1. Oplysningsbevillingen bidrager til at give danskerne kendskab til og forståelse for udviklingslandenes udfordringer og betydningen af dansk deltagelse i internationalt udviklingssamarbejde – og når udvalgte målgrupper oplyses, skabes der grundlag for forståelse for betydning af dansk bistand.
2. Der er i praksis uformel arbejdsdeling: (i) Udenrigsministeriet oplyser om dansk deltagelse i internationalt udviklingsarbejde, (ii) PRO-midler oplyser om NGO'ernes programmer, mens (iii) Oplysningsbevillingen prioriterer ansøgningsbaseret oplysning om ulandenes udfordringer.
3. Det er hensigtsmæssigt for at realisere Oplysningsbevillingens formål at fordele støttemidlerne indenfor tre hovedkategorier af skole/undervisning, TV/film og generel oplysning.
4. Ansøgningerne vurderes især for kohærens (understøtter aktiviteten formålet?) og effektivitet (er markedsføringstrategien gennemarbejdet og er aktiviteten nyskabende, hvad angår indhold, vinkling, medietype eller målgruppe?).
5. Oplysning støttes med enten formidlende eller mobiliserende sigte, hvor førstnævnte har fokus på produktet, mens sidstnævnte i høj grad fokuserer på effekten hos bevillingsmodtagere (typisk: modtagere af *Verdensbilledlegatet* eller *Bilka* medarbejdere) som livslange oplysningsambassadører for ulande og dansk bistand.
6. Det er hensigtsmæssigt at Oplysningsudvalget tager opsøgende kontakt til potentielle bevillingsmodtagere for at anspore til nye partnerskaber, temaer og

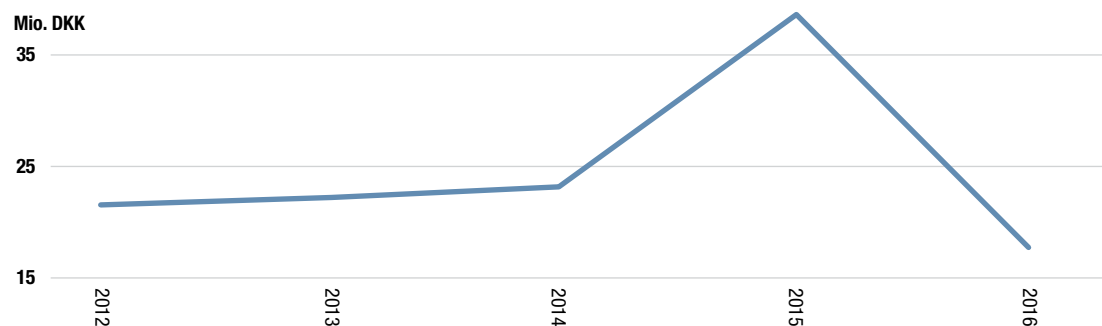
målgrupper for at øge kvalitet og fornyelse i samarbejdskonstellationer og kommunikationsformer.

Gennem evalueringsforløbet er antagelserne efterprøvet. Det er foregået ved overordnet analyse af den samlede projektportefølje og grundigere undersøgelse af de ni udvalgte indsatser. Herudover er antagelserne blevet efterprøvet gennem fokusgruppediskussion og interviews med nøgleaktører fra mediehuse, skoler, og kommunikation (se Anneks 3).

2.2 Overblik over samlet portefølje

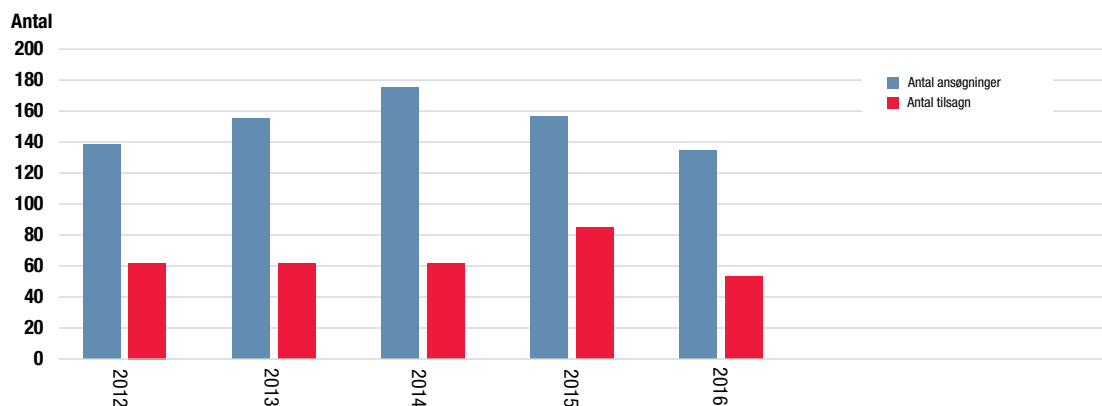
Dette afsnit præsenterer resultaterne af evalueringens kortlægning og analyse af den samlede porteføljes omfang og fordeling af støtten på kategorier af projekter og beløbsstørrelser.

Figur 1. Oplysningsbevillingens budget i DKK.



Danidas Oplysningsbevilling har i undersøgelsesperiodens fem år fra 2012-2016 beløbet sig til et samlet beløb på DKK 117.983.855. Det svarer til et gennemsnit på DKK 23,6 mio. per år, men dækker over betydelige udsving fra år til år. Mest markant er reduktionen fra DKK 38,9 mio. i 2015 til DKK 17,7 mio. i 2016, svarende til godt en halvering af bevillingen.

Figur 2. Antal ansøgninger og tilsagn.

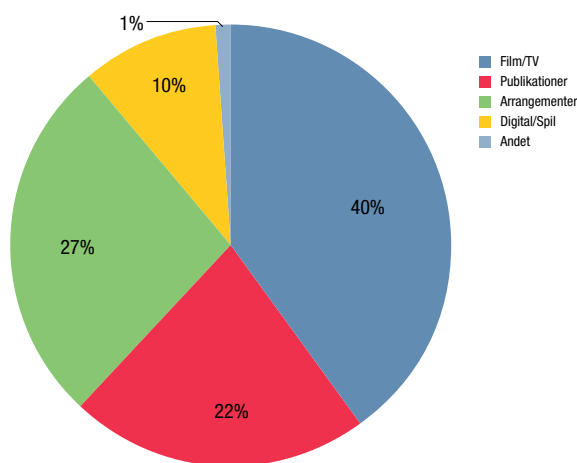


Som det fremgår ovenfor, spænder antallet af ansøgninger fra 134 til 175, mens antallet af tilsagn ligger stabilt på ca. 60 tilsagn årligt. Tendensen siden 2014 har været, at antallet af ansøgninger har været let faldende, og det indebærer, at Oplysningsudvalget har haft et mindre antal af ansøgninger at fordele støttemidlerne mellem.

Det er vurderingen fra medlemmerne af Oplysningsudvalget, at det ville være ønskeligt med flere og mere kvalificerede ansøgninger, der eksempelvis ville gøre det muligt at stille skærpede krav til ikke mindst gengangere blandt ansøgerne¹.

Den samlede portefølje omfatter et betydeligt antal gengangere blandt ansøgerne. Det drejer sig om projekter som Verdensbilledlegatet, filmfestivalen Salaam og Operation Dagsværk, som skønnes støtteværdige og uden oplagte alternative finansieringskilder. Det drejer sig imidlertid også om ansøgere bag projekter rettet mod fx undervisningssektoren, hvor medlemmerne af Oplysningsudvalget giver udtryk for ikke altid at se den progression, der ville være ønskelig, når samme ansøger søger støtte til tilsvarende type projekter år efter år.

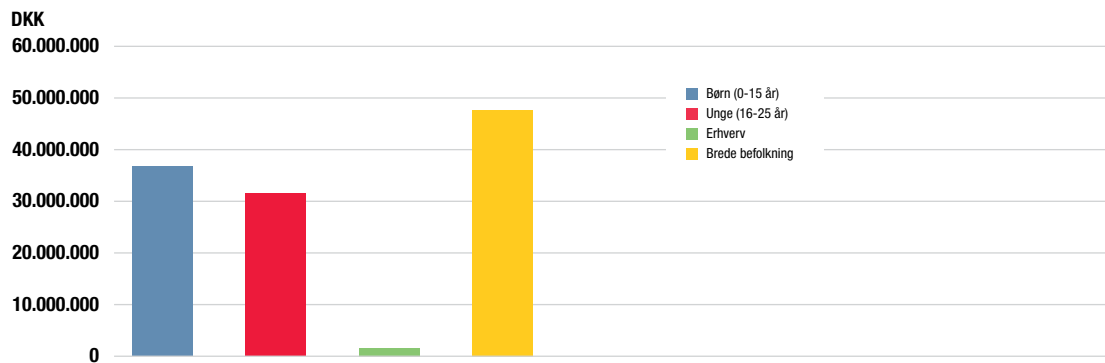
Figur 3. Tilsagn fordelt på medier i %.



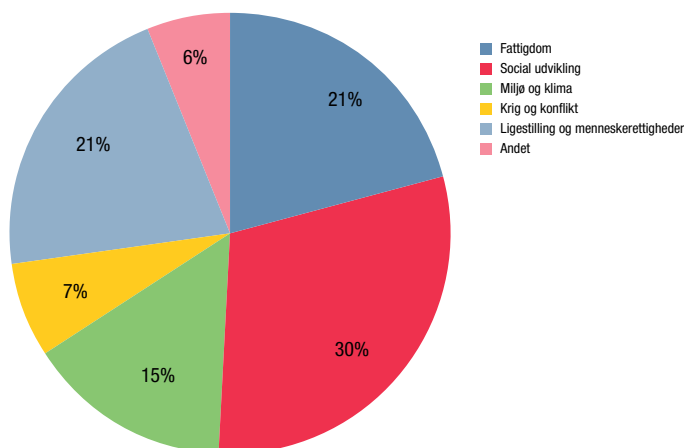
Fordelingen af den samlede støtte viser Film/TV som det mest anvendte medie med 40%. Blandt projekterne er der forholdsvis mange Publikationer (22%), mens et relativt begrænset antal projekter er dedikeret til Digital/Spil (10%).

Mange projekter udfolder sig på tværs af medieplatforme, hvorfor fordeling har taget afsæt i det primære produkts medie. Et materiale som *Tro, Håb, Afghanistan*, der består af fem dokumentariske kortfilm, en hjemmeside samt undervisningsmateriale, indgår eksempelvis som Film/TV. *Palæstina i en kuffert*, der består af en materialekuffert, en lærervejledning og undervisningsmateriale, indgår som Publikationer. Materialer som magasinet *Affair*, der er uddelt i Netto som print og siden stillet til rådighed digitalt, indgår også som Publikationer. Tilsvarende indgår undervisningsfilm som Film/TV, selv om mange også er til rådighed digitalt. Det relativt store omfang af Publikationer er især et resultat af de mange projekter henvendt til børn og unge, da projekterne ofte indebærer trykt undervisningsmateriale. Digital/Spil er afgrænset til projekter, der bruger digitale medier som den primære platform.

¹ Fokusgruppe Oplysningsudvalget 10.11.16 – det præcise omfang af gengangere lader sig vanskeligt opgøre, da der er tale om en sammensat gruppe af fx projektledere, der søger gennem forskellige partnere, samt 'inviterede gengangere', der søger til etablerede modaliteter som Verdensbilledlegatet.

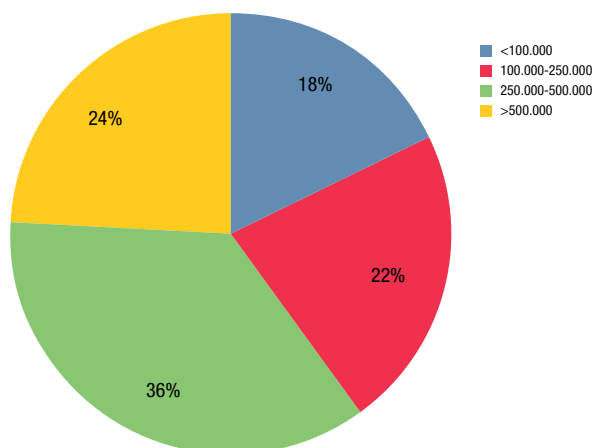
Figur 4. Tilsagn fordelt på målgrupper i DKK.

Størsteparten af midlerne er gået til projekter med hhv. Børn og Unge som målgruppe. Lægges tallene sammen for Børn mellem 0-15 år og Unge mellem 16-25 år, tegner disse målgrupper sig for DKK 68,7 mio., svarende til 58% af den samlede støtte. Den brede befolkning, en kategori, der svarer til ikke at have defineret en målgruppe, tegner sig for DKK 47,9 mio. svarende til hele 41%. Dette efterlader 1% til erhvervsrettede tiltag, der i vid udstrækning rummer mulighed for at indgå nye partnerskaber og dermed nå ud til nye målgrupper.

Figur 5. Tilsagn fordelt på temaer i %.

Flest midler er gået til projekter med temaet Social udvikling, der med emner som uddannelse, sundhed og børn tegner sig for DKK 35 mio., svarende til 30% af den samlede støtte. Næststørste tema er Fattigdomsbekæmpelse samt Ligestilling og menneskerettigheder, der begge er tildelt 21% af støtten. Et ret begrænset antal af projekter er dedikeret temaet Krig og konflikt (7%). Flere projekter kunne passe ind flere steder. Eksempelvis er materialet *Tro, Håb, Afghanistan*, der omhandler fem børns hverdag i Afghanistan og behandler temaerne børn, uddannelse og krig, medregnet som Social udvikling.

Figur 6. Tilsagn fordelt på beløbsstørrelser i %.



Kortlægningen af de samlede bevillinger viser et stort antal små projekter. Hele 52 projekter fik under DKK 100.000 svarende til 18% og yderligere 62 projekter fik mellem DKK 100.000-250.000 i støtte svarende til 22%. Alt i alt var andelen af projekter til en værdi under DKK 250.000 altså på 40% – en betydelig andel i lyset af, at hver enkelt bevilling vurderes særskilt af udvalget og administreres separat. Det gør midlerne tilgængelig for en mangfoldig skare af ansøgere, samtidig mindsker beskedne budgetter mulighederne for bred markedsføring.

2.3 Institutionel ramme

Oplysningsudvalget består af otte medlemmer, der er udpeget af Udenrigsministeren for en periode på tre år og uden øvre grænse for genudpegning. Møderne finder sted efter behov, dog mindst tre gange årligt ved de faste ansøgningsrunder. Mulighed for genudpegning er benyttet flittigt. Medlemmerne har gennemsnitligt siddet 8,5 år i udvalget og i to tilfælde hele 20 år. Den begrænsede udskiftning stiller særlige krav til medlemmerne om at følge med den globale og kommunikationsfaglige udvikling for at undgå et vist element af at lukke sig om sig selv og faste måder at gøre tingene på, en risiko der ikke mindst vil gøre sig gældende i en ansøgerkreds med relativt mange gengangere.

Udvalget er bredt sammensat, og der lægges vægt på medlemmernes indsigt i folkeoplysning og særlig erfaring inden for de områder, som Oplysningsbevillingen støtter. Omvendt er der ikke udarbejdet egentlige profiler for udvalget. Ej heller er der taget stilling til, om nytænkning og dynamik kunne fremmes ved mere regelmæssig udskiftning i udvalget.

Med otte medlemmer forekommer udvalget relativt stort i forhold til porteføljens størrelse og med et vist overlap af kompetencer. Tilbagemeldingerne fra brugerne på de aktuelle medlemmers indsats er positive. Dette er i sig selv ikke overraskende i lyset af, at en del af brugerne har modtaget støtte, men ros kommer også for opsøgende indsatser for at anspore til nye ansøgertyper og tilgange via dialog med eksempelvis TV- og dagbladsredaktioner².

² Fokusgruppe med kommunikationseksperter 26.10.16.

Opsøgende arbejde for at fremme nye partnerskaber har sine udfordringer, ikke mindst når det gælder ressourcer og parternes forskellige interesser og dagsordener. Ikke desto mindre forekommer en del af de erfaringer, der er gjort med opsøgende arbejde lovende³, og potentialet synes langt fra fuldt udnyttet. Eksempelvis kunne årlig dialog med udvalgte strategiske nøgleaktører i stil med, hvad Oplysningsudvalget tidligere har gjort, rumme muligheder for i højere grad at se verden gennem ansøgers briller.

Udenrigsministeriet fungerer som sekretariat for udvalget med en akademisk medarbejder og en regnskabsmedarbejder. Der er ikke nogen minimumsgrænse, og sekretariatet afgør administrativt ansøgninger op til DKK 50.000. Der kan ikke siges at være tale om noget ødselt administrativt ressourcetræk for så relativt omfattende en portefølje af projekter. Der er ikke noteret klager over sagsbehandlingen i perioden, og konsultationer med brugere melder om stor tilfredshed med kompetent service og klare meldinger fra såvel udvalg som sekretariat.

Samtidig peger analysen af den samlede porteføljes sammensætning, hvor hele 40% af de tiltrådte ansøgninger er på beløb under DKK 250.000, på et betydeligt potentiale for rationalisering. Nuværende praksis giver fleksibel adgang for alle, men reduktion af den store mængde af små tilsagn kunne frigøre ressourcer til flere opsøgende og mere strategiske indsatser.

Evalueringen i 2008 anbefalede at overveje udflytning af Oplysningsudvalg og -bevilling uden for Udenrigsministeriet, men der er aldrig fulgt op på denne anbefaling. Eftersom tidssvarende institutionelle rammer for bevillingens udmøntning indgår i opgavebeskrivelsen for denne evaluering, er relationerne til Oplysningsbevillingens sekretariat indgået som et punkt i spørgeskemaet samt i interviews af fokusgrupper for denne evaluering. Det har dog ikke bragt andet til veje end positive tilbagemeldinger, jvf. ovenstående konklusion, og der er således ikke evidens til at foreslå, at bevillingen flyttes administrativt.

Tværtimod har evalueringen afdækket flere eksempler på synergi forbundet med forankring i Udenrigsministeriet. Eksempelvis indebar dokumentarfilmen *Democrats* et tæt samspil mellem filmholdet og det danske ambassadekontor i Harare. Ganske vist afstod instruktøren af formidlingsmæssige grunde fra at inddrage dansk støtte til forfatningsprocessen, men undervejs var der tæt kontakt, som bidrog med sikkerhed for filmholdet og informationer om processens fremdrift til ambassadekontoret. Tilsvarende har Udenrigsministeriet som led i sit åbent hus-arrangement under Kulturnatten præsenteret københavnere for modtagerne af *Verdensbilledlegatet* 2016, der viste deres vinderfilm *Tigerbarn* og fortalte om produktionen.

Til gengæld peger analysen i denne rapport på behov for et serviceeftersyn af bevillingens titel og strategiske fokus og udvalgets mødeform. Relevansanalysen i næste afsnit vurderer betydningen af de globale bæredygtighedsmål for tilgangen til global formidling og partnerskabskommunikation. Det vil være nærliggende i et serviceeftersyn at ajourføre navnet væk fra den lidt bedagede udviklingsterminologi og lys/mørke-dikotomi til et mindre afsender-orienteret begreb end 'bevilling', der primært knytter sig til ministeriets interne finanslovshjemmel.

3 Fokusgruppe med Oplysningsudvalget 10.11.16 – det opsøgende arbejde har omfattet annoncer i dagspressen, særlige innovationspuljer, kontakt til dagbladsredaktioner samt et speed-dating arrangement med deltagelse af mediefolk og civilsamfund i 2015.

3 Vurdering af udvalgte oplysningsaktiviteter

Dette kapitel sammenfatter resultaterne af ni udvalgte projekter, der er undersøgt for relevans (afsnit 3.1), effektivitet (afsnit 3.2) og efficiens (afsnit 3.3). Undersøgelsen har omfattet analyse af produkter, ansøgninger og evalueringsrapporter samt interviews og fokusgruppediskussioner med projektansvarlige og deres samarbejdspartnere. Hvor muligt, støtter fremstillingen sig til tilbagemeldinger fra udvalgte repræsentanter fra målgrupper.

3.1 Relevans

Tabellen i dette afsnit giver overblik over de ni undersøgte projekters relevans for lovens formål om at formidle udviklingslandenes udfordringer og dansk udviklingssamarbejde. Dernæst diskuteres hensigtsmæssigheden af dette dobbelte formål i et nutidigt perspektiv.

Tabel 1 Oversigt over erklæret og opnået relevans

Projekt navn	Erklæret formål	Vurdering af relevans	Kommentarer
Generelt			
Spil: Præsident for en dag: Palæstina (Serious Games)	Skabe dyb forståelse for Israel/Palæstina-konflikt med fokus på udvikling, fred og statsopbygning	Formålet er relevant, og temaet er velegnet med dilemmaer man engagerer sig i som spiller.	Spil for komplekst for bred indlæring og ikke legende nok. Elever opfatter det som et 'voksenspil'.
Partnerskab: Ambassadørprogram sundhed i Malawi (Bilka)	Øge kendskabet til sundhed i Malawi og skabe engagement blandt Bilka-ansatte og kunder.	Relevant for begge formål, og tilgang forener oplevelse og engagement hos vigtig gruppe af kommunikatører.	Budskaberne er enkle indsamlingsrettede: Fokus på udfordringer i Malawi og NGO-bistand som løsningen.
Skolekampagne: #DetErMinRet (Sex&Samfund)	Oplyse danske elever om børn/unges rettigheder, roller, køn, seksualitet og adgang til skole.	Formålet er dansk policy-prioritet og velegnet indgang til at formidle globalt udsyn, tema giver identifikation.	Gode muligheder for identifikation og appel, fordi formidling fokuserer på unges universelle temaer.
Undervisning			
Partnerskab: Move-Eat-Learn (Gentofte Kommune)	Styrke tværkulturelle kompetencer hos elever, lærere og administration, udvikle metoder/model.	Formålet er relevant for formidling i øjenhøjde og tilgangen med at integrere i fag velegnet til at engagere.	Brud med stereotyper qua elever i indbyrdes dialog, men Gentofte har kæmpet m. forventning om bistand.
Spil: Slum Challenge (Råfilm)	Give unge danskere indblik i muligheder og begrænsninger ved at leve i et slumområde.	Relevant fokus på fattige i de hastigt voksende byer, og en tilgang med sigte på engagement / identifikation.	Øger empati via rollespil, men for simpelt til gymnasiet og mere relevant for folkeskole-målgruppe.

Skoleturné: Global Praksis: Trommer og Tale (Mundu)	Gøre det let for danske lærere at inddrage globalisering og udvikling i undervisning.	Turnéer til udkantsskoler er relevant for lærere og elever, og med moderne, bred tilgang til globalisering.	Eleverne får et kulturmøde med afrikanske gæstelærere. Lærerne får et kursus om, global undervisningen.
Film/TV			
Kortfilm: Verdensbilledlegatet (Innovisio)	Styrke bevidstheden om ulandsproblematik blandt 20 studerende, der producerer 10 film.	Relevant tilgang med at nå nye unge formidlere og promovere bred interesse for film med globale temaer.	Engagerende modalitet, hvor studerendes oplevelser udmønter sig i formidling gennem film og foredrag.
Dokumentar: Democrats (Upfront)	Dokumentere Zimbabwe-forfatningskampen fra start til slut, tilgængeligt for de uindviede.	Forfatningsprocessen er en kompleks og relevant formidlingsopgave, som står stærkt uden bistandsvinkel.	Kammerspillet mellem nøgleaktører udgør en engagerende form, der viser menneskelighed i modvind.
Dokumentar: Tilbage til rødderne (DR)	Formidle hvad Vietnam er for et land at være flygtet fra og nu vende tilbage til som gæst.	Relevant formidling af det måske overraskende moderne Vietnam, og værter giver stor identifikation.	Bred appel og identifikation indebærer relativt enkel formidling om Vietnam mellem mad og rejseindtryk.

Engagerende tilgange af høj relevans

Som det fremgår af tabellen ovenfor, er det overordnede billede af de ni undersøgte indsatser, at de generelt scorer højt på relevans, da oplysningsprojekternes formål er i tråd med bevillingens mandat og rummer eksempler på nyskabende indsatser.

Høj relevans kommer til udtryk i valg af temaer som fx (i) rejseindtryk fra et overraskende moderne Vietnam, som seerne får lov til at opleve gennem en vietnamesisk flygtning tilbage på familiebesøg, (ii) betydningen af personlige relationer i en forfatningsproces i Zimbabwe, som seerne får præsenteret som kammerspil med to nøgleaktører, (iii) muligheden for identifikation med unge ugandere, kenyanere, syrere og nepaleseres udfordringer med parforhold, uønsket graviditet og forelskelse, når målgruppen af danske elever i 7. til 9. klasse, der tumler med tilsvarende spørgsmål. En lærer på Fjerritslev Skole fremhæver særligt, hvordan materialet om Syrien på en uventet måde viste sig relevant for ønsket om at formidle konkret og vedkommende om baggrunden for de syriske elever, der er kommet til skolen⁴.

Kompleksiteten af de ni indsatsers budskab spænder vidt. *DR's Tilbage til rødderne* ligger i den lette ende af spektret med vægt på værter, rejser og mad. Ligeså med *Bilka*, der har fået støtte til at sende et korps af 20 ansatte til Malawi og formidlet relative simple opfordringer til varehuskunderne om at give en 'Livline til Malawi' og dermed et entydigt billede af dansk NGO-bistand som svaret på udfordringer på liv og død⁵. *Democrats* og *Præsident for en dag: Palæstina* ligger i modsat ende af spektret med komplicerede

4 Interview med lærer Berit Nødgaard, Fjerritslev Skole 03.11.16.

5 Interview med Cristina Mostert, Folkekirkens Nødhjælp samt *Bilka* tilbudsaviser og annoncer i 2013.

budskaber om forfatningsprocesser og det dynamiske samspil mellem vækst og stabilitet i Mellemøsten. Budskabers kompleksitet har betydning for spredning og efficiens.

Ikke bare relevans af tema, men gennemgående høj kvalitet af de forskelligartede materialer og modeller står frem som et vigtigt resultat af analysen. Oplysningsbevilgningens portefølje rummer talrige eksempler på anerkendelse fra uafhængige tredjeparter. Filmen *Democrats* indfører sig med 20 priser fra festivaler over hele verden i et billede af international fejring, der også er blevet produktioner til del som *The Act of Killing* (2012) og *The War Show* (2016).

Tilsvarende har Bilkas ambassadørprogram, hvor et korps af medarbejdere fra varehusene står for oplysning og indsamling på baggrund af en grundigt forberedt besøgsrejse til Malawi, opnået anerkendelse fra brancheinitiativet The Ressource Alliance med pris i 2014 for mest 'Innovative Fundraising Campaign'⁶. Læringsspillet *Slum Challenge* har fået *World Youth Summit Award* i kategorien 'Pursue Truth'.

Relevans kommer også til udtryk i valg af formidlingsformer og virkemidler. Når eksempelvis elever i Gentofte Kommunes *Move-Eat-Learn* projekt er i dialog med en klasse i Nairobis velhavende bydel Muthaiga, betyder den involverende tilgang, at kulturmødet integreres i almindeligt pensum – som eksempelvis i matematik, hvor der blev udarbejdet statistik over, hvad de danske og kenyanske elever bruger døgnets timer på. Dialog ved brug af Skype om forskelle og ligheder har vist sig at træne engelsk og nedbryde stereotype billeder af Afrika, når elever engageres i samtaler med kenyanere, som mod forventning ikke danser stammedans, men holder af Justin Bieber, som de selv gør⁷.

Behov for global dialog

Meningsmålinger tyder på, at de undersøgte eksempler også er relevante i den forstand, at de modsvarer et behov hos danskerne⁸. Senest har resultaterne af et spørgeskema besvaret af 3.619 danskere i 2015 påpeget, at 63% af de adspurgte bakker op om udviklingsbistanden. Andelen er faldet med 13% siden 2010. Holdningen til udviklingsbistanden synes altså at udvikle sig i en negativ retning med stigning i antallet af tvivlere, men dog ikke så negativ, at andelen af direkte modstandere stiger. Disse tendenser har komplekse årsager. De kan ikke tages til indtægt for, om oplysningsindsatser virker, men kan give et fingerpeg om behovet.

Resultaterne af undersøgelsen i 2015 viser visse tegn på øget optimisme i opfattelsen af forholdene i udviklingslandene. Der er dog langt mellem den reelle og formodede virkelighed. Langt færre mennesker lever under FN's fattigdomsgrænse, end tilfældet var for 25 år siden. Det er danskerne dog ikke overbeviste om. I lighed med 2013 og 2014 er andelen, der mener, at der er kommet flere fattige, fortsat større end andelen, der angiver færre fattige.

Tilsvarende mener godt 55% af danskerne, at kun op til 30% af børnene i udviklingslandene kommer i skole. Hele 51% af de adspurgte danskere tror, at kun 20-35% af pigerne

6 Interview Morten Wagner, Bilka 18.10.16 og Mulle Juul Korsholm Folkekirkens Nødhjælp 25.10.16.

7 Fokusgruppe med lærere i Gentofte Kommune 13.10.16.

8 Wilke: Danskernes holdninger og kendskab til udviklingsbistand og forholdene i udviklingslandene 2015 – rapport udarbejdet for Danida (marts 2016).

i udviklingslandene kommer i skole, hvor det korrekte tal er 97%. Disse resultater understreger relevansen af formidling om globale forhold og dialog med danskerne.

Hollandsk perspektiv I: Fra oplysning til dialog

Statslig støtte til kommunikation om udviklingsbistand i Holland har gennemgået en drastisk forandring gennem de seneste år. Udviklingsbudgetterne er reduceret, og midlerne til kommunikation er ikke alene blevet beskåret, aktiviteterne indhold har også været genstand for stærk kritik.

Kritikken er gået på svage resultater i form af forståelse for Hollands rolle i udviklingssamarbejdet. Der er i Holland fortsat bred opbakning, selv om borgerne prioriterer udviklingsbistand som første budgetpost til beskæring ved finanslovsbesparelser. Disse modsatrettede tendenser, som i Holland er karakteriseret som *"the public support paradox – a mile wide, an inch deep"*, sammenholdt med hastige forandringer i den global agenda, har ført til sporskifte fra ansøgningsbaseret oplysning til mere dialogpræget kommunikation. Debat om aktuelle emner har erstattet kampagneorienterede tilgange.

Med fokus på politisk transparens og ansvarlighed består indsatsen i dag af følgende grundelementer:

- Ærlig kommunikation om Hollands rolle i udviklingssamarbejde: hvorfor, hvad og hvordan?
- Missionerende PR er bandlyst.
- En åben debat om udviklingsbistandens dilemmaer uden 'hellige køer'.
- Dialog med målgrupper udenfor 'osteklokken', fx i den private sektor, gennem partnerskaber.
- Kommunikation om emner af global relevans, som borgerne kan forholde sig til og influere, såsom arbejdsforhold i tekstilbranchen, skatteunddragelse og fair trade af guld og mineraler.

Formål i en verden i forandring

Kendetegnende for de undersøgte projekter er en høj grad af relevans for formålet om at formidle udviklingslandenes generelle udfordringer, der dækkes med kvalificerede og ofte overraskende tilgange, mens interesse for at formidle dansk udviklingssamarbejde glimrer ved sit fravær. Udviklingssamarbejdet er ikke alene overordentligt svagt repræsenteret på ansøgernes ønskeliste over, hvad de gerne vil formidle om. Interviews gennemført som led i evalueringen har bragt flere eksempler frem på, at det ligefrem opfattes som en barriere.

Gentofte Kommunes *Move-Eat-Learn* projekt fremhæver således som én barriere i samarbejdet med skolen i Nairobi, den kenyanske samarbejdspartners opfattelse af, at der snarere end en dialog var tale om et bistandsprojekt med en mere eller mindre udtalt forventning om, at den danske partner skulle bistå med støtte til den kenyanske skole⁹. Med lidt andre fortegn er det tilsvarende fremkommet evidens i et andet af eksemplerne, dokumentarfilmen *Democrats*, hvor det ville have været muligt og måske endda oplagt i lyset af signaler om støttens formål at indarbejde dansk støtte til forfatningsprocessen. Imidlertid vurderede instruktøren, der fremhæver ikke at have været under pres i dette

9 Fokusgruppe med lærere i Gentofte Kommune 13.10.16 og interview med Camilla Nielsson 11.10.16.

spørgsmål, at omtale af Danida-støtte vil få dokumentaren til at miste troværdighed, fordi den vil kunne mistænkes for at være ude i et snævert promoveringsærinde.

I dette lys er det bemærkelsesværdigt, at Oplysningsbevillingen holder fast i ikke bare at præsentere mulighederne for at formidle begge formål, men fremhæver formidling af dansk udviklingssamarbejde som det primære formål i omtalen på um.dk og i retningslinjer for ydelse af tilskud som 'en ekstra interessant vinkel for Danidas Oplysningsudvalg'¹⁰.

Resultaterne af denne evaluering peger på en reel arbejdsdeling, hvor materialer udarbejdet med støtte fra Danidas Oplysningsbevilling ikke spiller nogen nævneværdig rolle i at formidle betydning eller resultater af dansk udviklingssamarbejde, men også får sin troværdighed og appel øget ved at anlægge et bredere globalt perspektiv med fokus på verdens forbundenhed.

Spørgsmålet fremadrettet er imidlertid, om kappede bånd til udviklingssamarbejdet og fokus på at formidle udfordringerne i udviklingslandene er tilstrækkeligt for at være fuldt ud relevant i en tid, hvor det velkendte paradigme med udviklede lande i Nord og udviklingslande i Syd viger pladsen for et langt mere broget billede af global forbundenhed og nye nuancer på kryds og tværs.

I en vis forstand kommer dette paradigme til udtryk i de undersøgte projekteksempler, når eleverne på Gentofte-skolerne ved at Skype med elever i Nairobi bliver opmærksomme på afrikanernes bymæssighed og forkærlighed for Justin Bieber, og når livsstilsdokumentaren *Tilbage til rødderne* præsenterer et billede af Vietnam, der overrasker seerne med sit moderne billede af et udviklingsland. Budskaber og fascination drejer sig i disse eksempler om billeder af en global virkelighed fuld af overraskelse og også udfordringer at tage hånd om, men ikke nødvendigvis i den gamle Nord/Syd-optik.

De globale bæredygtigheds mål afspejler denne nye virkelighed og er et afgørende argument for en ny tilgang til at vurdere relevans af temaer og tilgange. Først og fremmest kalder verdensmålene på en ny tilgang, fordi de er universelle. Udviklingssamarbejde indgår som et af de vigtige elementer, men aktørkreds og finansieringskilder er udvidet markant til i langt højere grad at omfatte civilsamfund og den private sektor. Hertil kommer, at målene gælder for alle verdens lande, herunder også Danmark, hvis rolle ændrer sig fra primært at opfatte sig selv som udviklingsdonor til at have sin egen nationale udviklingsdagsorden. Med andre ord: de traditionelle donorlande er heller ikke i mål endnu.

For kommunikationsindsatsen giver verdensmålene en ny virkelighed at agere i, hvor det globale er i højsædet, og hvor ansvaret for indsatsen med at kommunikere og engagere langt fra har mistet betydning, men snarere end at være primært ansvar for statslige eller udviklingsorganisationer nu er fordelt på et langt bredere spektrum af aktører. Derfor samler interessen sig om tilgange, der involverer partnerskaber og når bredt ud til nye aktører, som de udvalgte cases i denne evaluering også rummer eksempler på.

10 Præsentation af ansøgningsmuligheder på um.dk/da/danida/oplysning/oplysningsbevilling og i *Retningslinjer for ydelse af tilskud til oplysningsvirksomhed i Danmark om udviklingslandene, udviklingsproblemer og udviklingssamarbejde* (2016).

Britisk perspektiv I: Global dækning i public service-kontrakter

I Storbritannien findes ikke en ansøgningsbaseret pulje, hvor der kan søges midler til produktion af film og fjernsyn. Til gengæld indgår der i public service-kontrakter mellem regeringen og de fem største broadcastere kvantificerbare krav om et vist antal timers dækning af internationalt stof. Der stilles ikke specifikt krav om udviklingsstof, og udfordringen er en tendens til at fokusere på udviklede lande som Australien og temaer som rejser og mad. Blot 7% af eksempelvis BBC's globale dækning er Afrika, og kun 3% dækker udvikling, miljø og menneskerettigheder.

Desuden ydes støtte via *British Film Council*, *British Film Institute* og fonde som *Wellcome Trust*. Det fælles brancheinitiativ BRITDOC præsenterede i 2016 *The Impact Field Guide & Toolkit* (<http://impactguide.org>) med undertitlen *From Art to Impact*. Guiden rummer redskaber og gode råd om at komme bredere ud med dokumentarer og andre materialer og har i sin samling af eksempler et case studie om *The Act of Killing* (2012), som er støttet af Danidas Oplysningsbevilling.

Ikke mindst varehuskæden Bilkas tilgang er relevant og inspirerende i sin tilgang til at tilbyde et særligt korps af ansatte rejseoplevelser, inddragelse af nye aktører og i sin spredningseffekt. Samtidig udgør projektet i sine budskaber en traditionel indsamlings-tilgang med vægt på behov for hjælp til Malawi og dansk NGO-bistand som primært svar på landets udfordringer. Potentialet for Bilkas velafprøvede partnerskabsmodel for kommunikation synes betragteligt.

For at realisere dette potentiale vil den centrale udfordring i denne evaluering optik især være at afstemme budskaberne klarere til de globale bæredygtighedsmåls universelle tilgang. Udviklingsbistand vil her indgå som et blandt flere instrumenter og langt fra det eneste relevante for en detailhandel, der allerede er stærkt engageret i økologi til forbrugerne og dermed realiseringen af et globalt bæredygtighedsmål i en dansk kontekst. Udfordringen er at slippe budskaberne fri af udviklingsbistanden, og samtidig bevare en dansk vinkel, når fokus bredes ud til den globale bæredygtighedsagenda. Sammenkædningen af konkrete skridt til at nå målene i udviklingslandene og i Danmark rummer omvendt nærmest uanede kommunikationsmuligheder for bæredygtighedsmålene, der samtidig udgør forretningsmuligheder for Bilka og tilsvarende erhvervsaktører.

3.2 Effektivitet

Dette afsnit præsenterer indledningsvis en tabel, hvor forventede resultater sættes over for opnåede resultater. Herefter præsenteres fire temaer, der har vist sig af central betydning for spørgsmålet om effektivitet, nemlig formidling via skolerne, formidling via spil, formidling af dokumentarfilm/TV og formidling via partnerskaber.

Tabel 2 Oversigt over forventede og opnåede resultater

Projekt navn	Forventet resultat	Opnået resultat	Kommentarer
Generelt			
Spil: Præsident for en dag: Palæstina (Serious Games)	Brugere: 9.375 Artikler: 3	Brugere: 800 Artikler: 0	Beskedent resultat bl.a. pga. spillets kompleksitet og utilstrækkelig lanceringsindsats.
Kampagne: Ambassadørprg. til oplysning om sundhed i Malawi (Bilka)	Medarbejdere: 9.000 Publikationer: 160.000 Foredragspublikum: 9.000 Besøgende: 2,7 mio.	Medarbejdere: 9.000 Publikationer: 150.000 Foredragspublikum: 2.640 Besøgende: 2,7 mio.	Resultater af foredrag er lidt under forventninger, til gengæld når kampagnen langt ud og overopfylder branding-/indsamlingsmål.
Kampagne: #DetErMinRet (Sex & Samfund)	Distribueret materiale: 90.000 Elever undervist: 3.000 Besøgende event: 2.000 Reach online: 300.000	Distribueret materiale: 141.916 Elever undervist: 2.094 Besøgende slut-event: 1.600 Reach online: 451.955	Bred distribution af materiale og høj online reach, men undervisningsmål udfordret af ufuldstændig forankring i Uge Seks-kampagne.
Undervisning			
Partnerskab: Move-Eat-Learn (Gentofte kommune)	Distribueret materiale: Sæt med fem bøger til lærere på 9 skoler Elever undervist: 225 Skype: Integreret i 4 fag	Distribueret materiale: Sæt med fem bøger til lærere på 9 skoler Elever undervist: 225 Skype: Færre end planlagt	Positivt resultat bl.a. pga. målgruppens beskedne størrelse og forankring i konkret regi af tre skoler.
Spil: Slum Challenge (Råfilm)	Brugere: 20.000 Foredragspublikum: 2.000	Brugere: 16.000 Foredragspublikum: 10.000	Tilfredsstillende resultat, men kunne komme bredere ud med engelsk version og større markedsføringsbudget.
Skoleturne: Global Praksis: Trommer og Tale (MUNDU)	Skoler: 34 Lærere: 500 Elever: 4.500 Foredrag/artikler: 40/15	Skoler: 34 Lærere: 262 Elever: 3.371 Foredrag/artikler: 36/5 Efterspørgsel af materiale: 32 skoler ud af 136 (4-år)	Beskedent resultat i lyset af flerårig støtte målt på efterspørgsel af materiale efter turné.
Film/TV			
Kortfilm: Verdensbilled-legatet (Innovisio)	Hjemmeside hits: 5.000 Foredrag: 50	Hjemmeside hits: 3.367 Foredrag: 64	Høj effekt i form af mobilisering, men svag markedsføring af de producerede kortfilm.
Dokumentar: Democrats (Upfront Films)	Seere: 250.000 Artikler: 15 Foredrag: 3	Seere: 46.000 (to visninger på DR2) Artikler: 15 Foredrag: 15	Beskedent resultat hvad angår seertal bl.a. pga. komplekst/smalt indhold og utilstrækkelig lancering.

Dokumentar: Tilbage til rødderne (DR)	Seere: 350.000 Artikler: 10 Hjemmeside hits: 10.000	Seere: 450.000 (to visninger på DR2) Artikler: 10 Hjemmeside hits: 10.000	Høj spredningseffekt bl.a. pga. populære værter, positiv vinkling og underholdene indhold (fokus på rejser/ mad).
--	--	---	---

Formidling via skolerne

Som indikeret i TOR udgør formidling til undervisningssektoren en særlig udfordring. Resultaterne af denne evaluering bekræfter, at selv for nyskabende og prisvindende oplysningsprodukter har det længe været svært at nå klasseværelserne¹¹; og med de seneste reformer af især folkeskolen opleves denne tendens som værende stigende blandt de adspurgte respondenter.

Undervisning i udviklingslandenes forhold og Danmarks deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde er ikke direkte indeholdt i folkeskoleloven eller i de forenklede fælles mål for folkeskolen. Men der er elementer af de fælles mål, hvor viden og kompetencer i forhold til udviklingslande kan indgå, og her er det lærerens opgave at udvælge og arbejde med emnet. Der er dog på tværs af uddannelsesområder en forsat tendens til, at det er ildsjæle blandt underviserne, der påtager sig internationaliseringsopgaven¹². Herudover, er det den klare opfattelse blandt bevillingsmodtagere, adspurgte undervisere og medlemmer af Oplysningsudvalget, at skolereformer har gjort underviserne mere pressede på tid og dermed mindre opsøgende, hvad angår nye materialer, modeller og indhold¹³. Derudover er der med den seneste reform af folkeskolen kommet øget fokus på udvalgte mål, der ifølge en bevillingsmodtager medfører mere pensumnær undervisning og et ”udvandet dannelsesbegreb”¹⁴. Det kan, ifølge udvalgsmedlemmer, gøre det sværere for eksterne tiltag, som materialer med støtte fra Oplysningsbevillingen, at ”komme ind fra højre”.

Der har også været store forandringer, hvad angår læringsplatforme og økonomi. Ifølge det oplyste er der sket et ’frit fald’ i undervisernes brug af den centrale læringsplatform emu.dk på grund af omlægning af platformstruktur og -indhold¹⁵. Et forsigtigt overslag antyder et fald på 80-90%¹⁶ i trækket på emu-portalens globale undervisningssider. Ifølge MUNDU er der markant færre midler til rådighed til materialeindkøb end tidligere, hvilket øger vigtigheden af frit tilgængelige undervisningsmaterialer. Endelig er samarbejdet mellem Udenrigs- og Undervisningsministeriet, med fokus på eksemplariske undervisnings- og vejledningsforløb via internationale vejledere, ophørt af besparelseshensyn¹⁷.

Der synes fortsat at være udfordringer med manglende koordinering mellem de forskellige aktører som f.eks. Undervisningsministeriet, Center for Undervisningsmidler (CFU) og internationale vejledere ansat i kommunalt regi. Der er dog evidens for, i tråd med

11 Interviews med nuværende og tidligere OU medlemmer.

12 Rambøll Management Consulting. Internationalisering på grundskoler, gymnasiale uddannelser og erhvervsuddannelser. Kortlægning. August 2014.

13 Serious Games Interactive.

14 Ibid.

15 MUNDU.

16 Interview med Oplysningsudvalgets medlemmer.

17 Udenrigsministeriet, Endeligt notat vedr. de internationale vejlederes (IV) indsats fra 1. maj 2014 - 1. maj 2016. September 2016.

den udstrakte grad af decentralisering i undervisningssektoren, at kommuners fokus på internationalisering i skolen har en afgørende effekt på skolars arbejde med at udvikle en international dimension i fagene¹⁸.

Vanskelighederne i undervisningssektoren afspejler sig også i resultaterne fra de udvalgte projekter, hvor især læringsspillet *Præsident for en dag: Palæstina* og oplysningsturnéen til udkantsskolerne (*MUNDU*) forekommer at have opnået spinkel spredningseffekt til skolerne. Spillets udbredelse målt i antal brugere er under ti procent af det forventede, og det vides ikke i hvilket omfang brugerne har brugt spillet i undervisningen. Succesrate for oplysningsturnéen *MUNDU* er på under 25%, målt som skoler, der efterspørger lån af genstandskufferter, 32 ud af 136 skoler over fire år. Den lavere lærerinddragelse end forventet skyldes manglende ressourcer til at frikøbe samtlige lærere til *MUNDU*-foredraget. Heller ikke Sex & Samfunds mål blev nået fuldt ud, men kun med 2/3. Til gengæld har materialedistribution og online reach overopfyldt målene. For læringsspillet *Slum Challenge* er effekten højere på grund af øget markedsføring, men heller ikke her er der data for spillets udbredelse til undervisningsbrug. Alene *Move-Eat-Learn* projektet har nået det forventede resultat, hvad angår antal underviste elever, og det skyldes primært målgruppens beskedne størrelse og forankring på tre skoler.

De enkelte projekters lave spredningseffekt er ikke nødvendigvis udtryk for lav kvalitet eller relevans (se også kapitel 3.1). For de få udkantsskoler, der har valgt at benytte sig af *MUNDU*'s materialekufferter, er der eksempler på stor effekt, fx med indlæring af forskelle i familier, kønsroller og regeringsmønstre mellem udvalgte udviklingslande og Danmark: "Børnene fik et klart indtryk af, at det er meget anderledes fra en dansk hverdag at bo i et udviklingsland; og at vores hverdag og muligheder på mange måder er unikke, globalt set"¹⁹. Underviserne fandt materialet inspirerende også for aldersdifferentieret undervisning; og så var det afgørende, at materiale og forsendelse var gratis, da det ellers ville begrænse adgang.

For læringsspillet *Præsident for en dag: Palæstina* viser de to testkørsler foretaget af Serious Games, at viden om Israel/Palæstina konflikten er øget blandt 50% af spillerne. Hvis spillet var indgået i et undervisningsforløb, vurderes det, at læringseffekten ville være endnu større²⁰. Men overordnet konkluderer spiludbyderen, at spillet er for komplekst og ikke tilgængeligt nok for indlæring. Denne konklusion understøttes af én af de interviewede lærere, der ikke umiddelbart kunne se, hvordan hun skulle bruge spillet i undervisningen²¹. For læringsspillet *Slum Challenge* viser målgruppeinterview en øget forståelse for, hvad det vil sige at leve under ekstremt fattige forhold: "Eleverne har fået problematikken helt ind under huden; de forstår bedre, hvor svært det er at leve for under 1 dollar om dagen"²².

Nogle elever udtrykker indlæringen således: "I forhold til Maslows behovspyramide kan Robi (hovedkarakteren) ikke komme særligt langt op ad trappen, han kæmper faktisk

18 Rambøll Management Consulting. Internationalisering på grundskoler, gymnasiale uddannelser og erhvervsuddannelser. Kortlægning. August 2014.

19 Lærer, Kirkeskovskolen, Næstved.

20 Serious Games, PFAD brugertest, Trekørner Skole, 25.11.2015 & Ingrid Jespersens Gymnasieskole, 26.05.16.

21 Serious Games Interactive, PFAD Lærertest, Ingrid Jespersens Gymnasieskole.

22 Lærer, Nordagerskolen, Ringe.

dagligt bare med at opfylde det nederste trin²³. Hvor vi, Malene og Nana, opfylder og har adgang til alle trin”. En vigtig faktor for indlæringen har været brugen af rollespil (*point of view* af dreng i slummen), der understøtter spillets empatiske aspekter. Kulturmødet oplevedes som en vigtig krog, f.eks. i filmede dystre mellem de to unge spiludviklere og slumbørn om gadesalg; hvem kan sælge mest på fem minutter?: ”Tit er det fremmede så fremmed, at det ikke er interessant. Hvis man kombinerer det fremmede med det danske, skabes der identifikation²⁴.”

Både Sex of Samfunds kampagne *#DetErMinRet* og Gentofte kommunes *Move-Eat-Learn* undervisningsprojekt er kendetegnede ved at indarbejde ulandsformidling i hovedsporet. Gentofteskolerne via integration af Kenya-partnerskab i matematik og idræt og for Sex & Samfunds vedkommende via integration i den årlige Uge Seks-kampagnen, selv om det lidt overraskende har givet udfordringer at få lov at integrere internationale elementer i en kampagne, som er støttet af midler øremærket seksualundervisning til danske unge. *Move-Eat-Learn* projektet har den særlige dimension, at skoleledelsen for målgruppen (i alt ni 5.-6. klasser fra tre skoler) er involveret i projektdesignet, hvilket kan forklare såvel omkostningsniveau som succesen med at nå hele den forventede målgruppe.

Øvrige vigtige elementer bag *Move-Eat-Learn* projektets resultater har været integrationen af partnerskabet med skolen i Nairobi i de fire fag idræt, matematik, natur/teknik og madlavning, som har betydet, at lærerne har kunnet opfylde læringsmål samtidig med at få inddraget elementer af kulturmøde. Endelig har brugen af Skype gjort det muligt at indføje lystfulde elementer i kontakten med Nairobi, såsom udveksling af musikvideoer, der som resultat har formidlet et billede af det moderne Afrika.

Formidling via spil

Markedsføring af læringsspil udvikler sig markant. Omkostningerne til digital markedsføring er eksploderet, og i dag er det 300-400% dyrere at markedsføre spil ved eksempelvis Facebook-reklamer end for blot tre-fem år siden²⁵. I dag skal der også i langt større omfang end tidligere betales for spilanmeldelser, eksempelvis *strategic seeding*, hvor man betaler nøje udvalgte bloggere for at anmelde det spil, man ønsker at markedsføre.

Endelig er der så mange gratis spil til rådighed, at læringsspil støttet af Oplysningsbevilningen ikke alene risikerer at drukne i mængden, det kan ligefrem være ”negativ markedsføring, at spillet er gratis”²⁶. Endelig er der en bevægelse hen imod det producerende – dvs. at det er brugerne selv, der udvikler spil som MineCraft, og det er overordnet set blevet sværere at trænge igennem med læringsspil, som falder i udbredelse både nationalt og internationalt.

Denne udvikling eksemplificeres ved at sammenligne resultaterne af *Præsident for en dag: Palæstina* med Serious Games’ læringsspillet *Global Conflicts: Palestine* fra 2007. På trods af et lige så lavt markedsføringsbudget som *Præsident for en dag: Palæstina* havde *Global Conflicts: Palestine* stor udbredelse med tre mio. downloads og salg til 200 danske skoler og gymnasier. Serious Games vurderer, at de har været for nærme med et markedsføringsbudget på cirka 5% af det samlede budget. Desuden drager Serious Games den lære af

23 <https://prezi.com/gksff5xlyzpd/the-slum-challenge/>

24 Interview med Råfilm.

25 Serious Games Interactive.

26 Ibid.

den begrænsede effekt, at de fremover vil teste reel efterspørgsel tidligere samt indarbejde marketingselementer i selve spildesignet bl.a. i form af *challenge mode* og videooptagelsesmuligheder.

I modsætning til Serious Games har udviklerne af læringsspillet *Slum Challenge* valgt at bruge en cirka tre gange større andel af det samlede budget på markedsføring, dvs. 16% af det samlede budget. Dette budget er gået til (i) finansiering af online distribution gennem strategisk seeding via bureauet Buzzanova, hvor den primære målgruppe af 13-18-årige er blevet præsenteret for sitet gennem blogs, spilsites, YouTube og lignende medier, de færdes hjemmевant på²⁷; (ii) en mere traditionel marketing-kampagne for lærere og distribueret som print og digitalreklamer, og (iii) en foredragsturné til skoler. Ikke desto mindre vurderer udviklerne, at markedsføringsbudgettet var begrænsende for en større spredningseffekt.

Det var også derfor, de to udviklere allerede ved projektstart tog kontakt til en række større NGO'ere med henblik på at etablere et samarbejde, der skulle få spillet bredere ud: "Via et samarbejde kunne vi bruge NGO'ernes allerede etablerede markedsføringsarm, og dermed koncentrere os om det, vi er gode til, nemlig spiludvikling. Men ingen NGO'er bed på, da ideen til spillet ikke kom fra deres organisation; eller også ville de udelukkende lancere spillet via NGO'ens egen hjemmeside, hvilket vi fandt for begrænsende".²⁸

Andet samarbejde med NGO'er blev dog etableret. MUNDU udarbejdede lærervejledning til spillet, og Viva Denmark formidlede kontakt til Philippinerne. Endelig har der været efterspørgsel efter en engelsk version af *Slum Challenge* fra udlandet, og det især i forbindelse med uddelingen af *World Youth Summit Award* og TEDx-Talk, men udviklerne kan ikke finde midler til dette arbejde, selv om oversættelse af spillet og dermed international udbredelse kan tænkes at virke som en multiplikatoreffekt for udbredelsen i Danmark.²⁹

Formidling via dokumentarfilm/tv

Der er modsatrettede tendenser, hvad angår formidling af film/TV-dokumentarer. På den ene side er der i dag dokumentarfilm på langt flere tv-flader samt på det digitale marked som fx YouSee og Netflix, hvor publikum til dokumentarfilm er i vækst³⁰. Biografer har tilsvarende oplevet en kraftig opblomstring af især politiske dokumentarfilm, bl.a. afspejlet på CPH:DOX. På den anden side ændrer *public broadcast*-flader som Danmarks Radio sig med bevægelse væk fra det oplysende hen imod det underholdende med vægt på seertal.³¹

27 Buzzanova. *Slum Challenge*. Slutrapport. Oktober 2014.

28 Råfilm.

29 Ibid.

30 Det Danske Film Institut.

31 Den Danske Filmskole.

Britisk perspektiv II – Fejre succes for at engagere flere

Oneworldmedia.org.uk er et medieinitiativ, der blev etableret i 1987 med det formål at fremme uafhængig journalistik og mediedækning af globale udfordringer. Initiativet har tidligere modtaget støtte fra det britiske udviklingsministerium og EU Kommissionen og tæller i dag CNN, Google, BBC, ITV, Sky News, Aljazeera og Transparency International blandt sine partnere. Initiativets grundpiller udgør produktionsstøtte gennem en ansøgningsbaseret fond, træning af mediefolk og en årlig fejring af de bedste eksempler på mediedækning.

One World Media Awards uddeler priser i tolv kategorier, som fx *Refugee Reporting*, *Women's Rights*, *Corruption Reporting* og *Digital Media*. Hver kategori finansieres af en sponsor, der med tiden er kommet til at tegne initiativet. ER DETTE EN GOD/DÅRLIG TING? Fejringen transmitteres med højtprofilerede værter, og alle kategorierne er åbne for nomineringer fra hele verden, herunder også fra Danmark.

Som del af dette billede er der i dag øget fokus på en stærk dansk vinkling og hovedkarakterer i dokumentarer, også for film omhandlende tredje verdens lande, for at skabe identifikation og dermed høje seertal. Med andre ord vægtes genkendelighed højt, især for dokumentarfilm i TV primetime.³²

Denne tendens afspejles i *Verdensbilledlegatet*, hvis kortfilm de første år blev vist på DR. I dag distribueres filmene via *Verdensbilledlegatets* portal, emu.dk, YouTube og foredrag. Det er derfor ikke seertal, der er sat som mål, men hjemmesidehits. Med seneste bevilling nåede *Verdensbilledlegatet* 2/3 af målet. Det er dog vigtigt at påpege, at *Verdensbilledlegatet* finansieres på fjortende år på grund af dets store potentiale for at engagere nye generationer i udviklingsspørgsmål, og at der ifølge sagens natur stilles andre markedsføringskrav til aktiviteter som *Verdensbilledlegatet*, end til tv-produktioner³³. At målet om at engagere i en række tilfælde lykkes bekræftes af de interviews, der som led i evalueringen er gennemført med tre legatmodtagere, og kan endvidere illustreres ved *Slum Challenge* eksemplet, hvor spiludviklerne vandt *Verdensbilledlegatets* første pris i 2011 med *The Call of Nepal*.

Ikke desto mindre finder Innovisio, der står for legatet, at utilstrækkelige midler til markedsføring af kortfilmene begrænser spredningseffekten. En større effekt kunne opnås, hvis midler var tildelt til to-tre ugers intensiv markedsføringsindsats af eksempelvis de tre årlige prisvindende film, som der så kunne stilles skærpede visningskrav til i aftalen.³⁴

Trods internationale filmpriser og positive anmeldelser har dokumentarfilmen *Democrats* kun været genstand for begrænset udbredelse i en dansk sammenhæng. Blot 46.000 danske seere ud af 250.000 forventede har set filmen. Det udgør under 20% af målet og afspejler en begrænset effekt i lyset af både tilskudsstørrelse og forventninger. Det skal dog pointeres, at seertallene er ganske typiske for film som *Democrats*³⁵. Markedsføringsudfordringerne kan opsummeres i fire punkter: (i) filmens smalle tematik med dets fokus på forfatningsprocessen i Zimbabwe gør den vanskelig salgbar udenfor 'osteklok-

32 Det Danske Film Institut.

33 Interview med medlem af Oplysningsudvalget.

34 Innovisio.

35 Upfront Films ApS.

ken'; (ii) premieren i Danmark under CPH:DOX gjorde, at den druknede blandt de mange andre film trods den gode pressedækning – den kom bl.a. ud samtidig med den spektakulære *The Act of Killing*; (iii) lanceringen på DR var begrænset, eksempelvis uden forhåndsmøder i Aftenshowet eller Horisont; og (iv) markedsføringsindsatsen var stærkt underbudgetteret – under 2 % af det samlede budget – hvilket umuliggjorde køb af de nødvendige eksterne marketingskompetencer.³⁶

Hollandsk perspektiv II – Debatten der blev væk

I Holland er pendanten til Oplysningsbevillingen fonden NCDO – en national kommission for samarbejde og udvikling, der gennem en årrække har modtaget støtte fra det hollandske udenrigsministerium til ansøgningsbaseret oplysning.

Nedskæringer i den statslige kommunikationspulje førte til, at ansøgningspuljen blev sparet væk i 2014. Tilbage står to platforme med statslig støtte: det digitale magasin One-World og undervisningsplatformen Samsam. Følgerne kan ifølge NCDO aflæses i udbuddet af TV: "*There are today fewer documentaries on television about third world issues; as a consequence we are experiencing a drop in knowledge and critical reflection/debate*".

På det internationale marked har *Democrats* klaret sig bedre. Filmen er vist på 70 film-festivaler og har modtaget 20 priser. Særlig interesse har der ifølge Upfront Films været i USA, hvor filmen er vist på PBS, solgt til Netflix og formidlet til højere læreanstalter³⁷.

I Zimbabwe er filmen stadig bandlyst, men under behandling ved domstolen. Ambassadetekontoret i Harare har bevilget støtte til distribution af filmen i Zimbabwe, hvis det viser sig muligt. Endelig er filmen vist i EU parlamentet.

DR-produktionen *Tilbage til Rødderne* omfatter i alt fire afsnit, og Oplysningsbevillingen har finansieret det program, der omhandlede Vietnam. De andre tre afsnit kunne der ikke ydes støtte til på grund af landenes høje BNI. I modsætning til de to produktioner ovenfor, har *Tilbage til Rødderne* overgået det forventede resultat om 350.000 og opnået 450.000 seere.

Årsagen til den succesfulde markedsføring skal ifølge den ansvarlige redaktør først og fremmest søges i den enorme popularitet, som værtsparret Anders Agger og Anna Hjernø nyder. Redaktionen fokuserede desuden på at caste personer, som seerne nemt kunne identificere sig med, til rollen som indvandreren, der rejser med Anne og Anders tilbage til deres oprindelsesland. Musikken og det langsomme tempo tiltrækker også målgruppen på 55+, der ifølge DR godt kan lide at blive klogere; også på en lørdag aften.

Vietnam var udvalgt af DR-redaktionen som velegnet til at fortælle historien om en tidligere bådflugtning, der skønnedes at have relevans for den aktuelle virkelighed med flygtninge fra Mellemøsten. *Tilbage til rødderne* fortæller en positiv flygtningehistorie om en familie, der har klaret sig godt og betragter Danmark som deres nye hjem. Det var håbet på denne måde at skabe positiv identifikation for seerne.

36 Upfront Films Aps.

37 San Francisco Film Society. *Democrats*. Grades 8-12, Classroom guide.

Udover høje seertal, har DR også opnået stor effekt på Facebook med over en halv million visninger af i alt 25 opslag for alle fire programmer i serien. Engagementet er tilsvarende højt med i alt 8.862 kommentarer og 350 likes og brugerkommentarer. Her ét eksempel på seer-citater fra Facebook: ”Fire suveræne programmer, som gik lige i hjertet. Godt at få et indblik i tidligere flygtninges historie, og møde dem i deres hjemlande. Vedkommende TV. Et indblik i, at det nytter noget at hjælpe mennesker i nød”.

Democrats og *Tilbage til Rødderne* illustrerer distributionsudfordringen ved små dokumentarproduktioner med komplekst indhold vis-à-vis markedsføringen af lettilgængelige rejseprogrammer med spinklere indhold, hvad angår udviklingslandenes udfordringer. Seertallet for *Democrats* ligger på cirka 10% af *Tilbage til Røddernes* seertal. Med andre ord er det forventeligt, at spredningseffekten er markant lavere for små produktioner; der bør derfor også knyttes flere midler til lancering af små projekter. Samtidig har dokumentarfilm som *Democrats* længere levetid, også på grund af den kunstneriske kvalitet.

Formidling via partnerskaber

Bilkas ambassadørprogram står ud fra mængden som undtagelsen, der bekræfter reglen, når det gælder igangsættende indsatser på erhvervsområdet. Samtidig er der i sin tilgang tale om et relativt traditionelt indsamlingsprojekt, der knytter an til et samarbejde med Folkekirkens Nødhjælp, der tog sin start i 2011. Med støtten fra Oplysningsbevillingen i 2013 opstod en mulighed for personligt engagement med udpegningen af et ambassadørkorps af ansatte i Bilkas varehuse, der gennem oplevelse på en rejse til Malawi blev optændt af en gejst, der muliggjorde bred oplysning og et indsamlingsresultat langt over målet, og vurderes særdeles positivt på omfang og brandingværdi for både Bilka og Folkekirkens Nødhjælp.

Projektet udgør et eksempel på spredningseffekt og vedvarende engagement tre år efter støttens udløb og vilje til at arbejde videre, både med støtte til Malawi gennem Folkekirkens Nødhjælp og tilsvarende partnerskaber med Dansk Naturfredningsforening. Potentialet for en samlet kommunikationsindsats for de globale bæredygtighedsmål, der både fokuserer på private aktørers rolle i Danmark og ude i verden, vurderes hermed at være betydeligt.

3.3 Efficiens

Samlet set vurderer vi, at efficiensen af de udvalgte oplysningsaktiviteter målt på omkostningseffektivitet i form af udviklede oplysningsindsatser og overholdte tidsplaner, er tilfredsstillende. Hvad angår omkostningseffektivitet i forhold til den dokumenterede spredningseffekt til de udvalgte målgrupper, er resultaterne mindre tilfredsstillende.

Tabel 3. Oversigt over efficiensparametre

Projekt navn	Tidsramme	Budget DKK/% af samlet budget	Kommentarer
Generelt			
Spil: Præsident for en dag: Palæstina (Serious Games)	Jan 2015- Aug 2016	0,5 mio. (50%)	Lav efficiens målt på omkostninger vis-à-vis opnået resultat pga. spillets kompleksitet og utilstrækkelig lancering.
Kampagne: Ambassadørprogr. til oplysning om sundhed (Bilka)	Jan 2013- Dec 2013	0,5 mio. (62 %)	Høj efficiens målt på mobilisering, oplysning til nye målgrupper og bæredygtighed.
Kampagne: #DetErMinRet (Sex & Samfund)	Jun 2015- Aug 2016	1 mio. (90%)	Middel efficiens målt på overopfyldte delmål som online reach. Undervisningsmål var utilstrækkeligt forankrede.
Undervisning			
Partnerskab: Move-Eat-Learn (Gentofte Komm)	Okt 2015- Sep 2016	1,260 mio. (100%)	Høj efficiens målt på forventet men uambitiøst opnået resultat. Lav efficiens hvad angår bæredygtighed.
Spil: Slum Challenge (Råfilm)	Sep 2014- Sep 2019	0,45 mio. (50%)	Middelhøj efficiens målt på forventet resultat. Engelsk version kunne have haft en multiplikator-effekt på dansk lancering.
Skoleturne: Global Praksis: Trommer og tale (MUNDU)	Jun 2015- Jan 2016	0,37 mio. (100%)	Middel efficiens målt på forventet resultat. Lav efficiens målt på efterspørgsel af materiale efter skoleturné.
Film/TV			
Kortfilm: Verdensbilledlegatet (Innovisio)	Jan 2013- Jul 2015	1,3 mio. (100%)	Høj efficiens målt på mobilisering af nye formidlere. Middel efficiens mål på resultat i form af hjemmeside hits.
Dokumentar: Democrats (Upfront Films)	Sep 2010- Okt 2014	1,5 mio. (15%)	Lav efficiens målt på forventet og ambitiøst opnået resultat. Modtaget støtte har fungeret som seed funding.
Dokumentar: Tilbage til rødderne (DR)	Okt 2014- Juli 2015	0,34 mio. (50%)	Høj efficiens målt på overopfyldte seermål. Var dog muligvis blevet produceret uden støtte.

De undersøgte indsatser varierer i omkostningsniveau og grad af medfinansiering markant med dokumentarfilmen *Democrats* som den dyreste produktion med dets bevilling på DKK 1,5 mio. og samlet budget på DKK 8,75 mio. og MUNDUs skoleturné til udkantsskoler, *Global Praxis: Trommer og Tale*, som den billigste med en bevilling på DKK 0,37 mio.

Generelt er der en rimelig sammenhæng mellem budget og resultat, hvis resultaterne vurderes alene i form af selve produktionen af film, foredrag eller spil. Dette er bl.a. også afspejlet i den relative høje grad af medfinansiering – også i form af udviklernes gratis arbejdskraft, hvilket spiller en stor faktor for indsatser som Verdensbilledlegatet, *Democrats*, og *Slum Challenge*.

Hvad angår omkostningseffektivitet i forhold til det forventede formidlingsresultat, er det alene *Tilbage til rødderne* og *Move-Eat-Learn*, der når hele den forventede målgruppe, og dermed er efficiente i forhold til egne opstillede mål. Det kan dog diskuteres, om de forventede resultater er ambitiøse nok sat i forhold til de samlede omkostninger for et projekt som *Move-Eat-Learn* med dets begrænsede målgruppe og bæredygtighed. Gentofte-skolerne har ikke planer om at fortsætte aktiviteterne efter bevillingens udløb. Hvad angår programmet *Tilbage til Rødderne*, vil DR redaktionen ikke afvise, at Vietnam programmet muligvis var blevet selvfinansieret, hvis Oplysningsbevillingen ikke var trådt til med støtte.

For de andre indsatser er de enten meget langt fra at nå det forventede resultat (*Democrats* og *Præsident for en dag: Palæstina*); eller projekterne har kun nået delmål - som for eksempel Sex & Samfunds kampagne *#DetErMinRet*, der eksempelvis uddeler langt mere materiale til elever end forventet, men kun når 2/3 af de ønskede elever via undervisning.

For en række af de evaluerede indsatser er det også bevillingsmodtagernes egen vurdering, at produktet har været godt, men markedsføringsindsatsen utilstrækkelig. Utilstrækkeligheden forklares hovedsageligt med begrænset markedsføringsbudget og ditto kompetencer. Evalueringen vurderer derfor, at indsatsernes efficiens kunne være styrket, hvis der fra start var flere midler allokeret til markedsføring af produkterne. Herudover kan støtte til international lancering af udvalgte produkter også forstærke lanceringen i Danmark via den øget omtale, som illustreret i tilfældet med *Slum Challenge*. Flere af de evaluerede indsatser bærer præg af at være 'lagersuccesser', der venter på at blive taget ned fra hylden. Herudover repræsenterer undervisningssektoren en særlig udfordring, der ikke alene løses med øget marketing; men måske snarere via anderledes forankrede projekter, hvor kommuner, skoleledelser og undervisere inddrages allerede under projektdesign.

Britisk perspektiv III: Turbo på bred underholdning og sport

Blandt eksemplerne på private aktørers resultater med at nå bredt ud ved at benytte sig af humor og sport er *Comic Relief* i en klasse for sig. Med undertitlen *Red Noses for a World Free From Poverty* har kampagnen været gennemført én gang om året siden 1985, da initiativet blev taget af en gruppe komikere i kølvandet på *Live Aid*-indsamlingskoncerterne.

Comic Relief-formatet omfatter i dag to hovedelementer. For det første en årlig *Red Nose Day*, hvor involvering af landets mest højtprofilerede komikere bidrager til at skabe en begivenhed med events over hele landet og et BBC indsamlingsshow. For det andet gennemføres over hele landet *Sport Relief*, der trækkes på en lang britisk tradition for, at høj og lav overtaler kollegaer, familie og venner til at bidrage til en indsamling knyttet til et lokalt løb eller sportsduel. Alt i alt har *Comic Relief* siden 1985 indsamlet over en milliard pund til fattigdomsbekæmpelse i udviklingslandene (www.comicrelief.com).

Omkostningseffektiviteten ved en så mangfoldig portefølje som Oplysningsbevillingens, kan dog ikke alene vurderes ud fra spredningseffekten. Oplysningsaktiviteternes evne til at engagere nye målgrupper og partnerskabsformer, dybden af det formidlede stof og bevillingernes risikovillighed er andre afgørende faktorer.

Verdensbilledlegatet skiller sig ud ved for relativt få midler – legaterne udgør DKK 50.000 per bevillingsmodtager – ikke alene at producere kortfilm af gennemgående høj kvalitet, men også at skabe livslange formidlingsambassadører.

Med henblik på partnerskabsformen vurderer evalueringen, at indsatser som Bilkas kampagne om Malawi har høj efficiens, hvad angår spredning til nye målgrupper i form af Bilkas kundekreds og medarbejdere, snarere end til de profiler, der normalt interesserer sig for udviklingslande og udviklingsbistand. Herudover har evalueringen påvist, hvordan Bilka projektet, i lighed med Verdensbilledlegatet, spiller en vigtig rolle med sin engagerende dimension, hvor medarbejdere og ledere i det særlige ambassadørkorps, holder dampen oppe tre år efter besøget i Malawi.

Dybden og kompleksiteten af stoffet, der skal formidles, er også en afgørende faktor for den mulige spredningseffekt og dermed den opnåede efficiens, som illustreret ovenfor via det meget forskelligartede distributionspotentiale for *Democrats* og *Tilbage til Rødderne*. Efficiens målt i opnåede seertal må alt andet lige være lavere for dyre og smalle dokumentarer, end for mainstream TV-produktioner med bred appel og høj identifikation.

Endelig viser evalueringen, at Oplysningsbevillingen med en høj grad af risikovillighed har spillet en afgørende rolle for tilblivelsen af flere af de evaluerede indsatser, også qua paratheden til på et tidligt tidspunkt at bidrage med *seed funding*. Eksempelvis har *Democrats* i to omgange fået støtte til filmisk udvikling: "Startkapitalen fra Oplysningsbevillingen og et mindre tilskud på et par hundrede tusind kroner fra DR var essentiel for finansieringen af de første optagelser, som igen var kritiske for at rejse flere midler." Oplysningsbevillingens risikovillighed gav sig også til udtryk i moralsk støtte gennem en "nervepirrende" proces, hvor produktionsholdet oplevede "at de kunne sige tingene

som de var”; inklusiv ærlighed omkring det faktum, at der måske ingen film kom ud af investeringen.³⁸

38 Upfront Films ApS.

4 Konklusioner

Her følger konklusionerne for evalueringen struktureret efter de seks evalueringsspørgsmål. Det syvende evalueringsspørgsmål er fremadrettet og besvares i kapitel 5: Anbefalinger.

SPØRGSMÅL 1: Er Oplysningsbevillingen samlet set relevant og hensigtsmæssig i forhold til lovens formål?

Evalueringen vurderer, at Oplysningsbevillingen generelt er relevant og hensigtsmæssig i forhold til lovens formål. Evalueringen konkluderer, at de seks programteoretiske antagelser, der blev præsenteret i afsnit 2.1 som styrende for Oplysningsudvalgets arbejde afspejles bredt i evalueringens resultater, mens formål, støtteformer og markedsføring kalder på revision.

- 1) Samlet set bidrager Oplysningsbevillingen med kvalitetsproduktioner på afgrænsede indsatsområder til øget forståelse for udviklingslandenes udfordringer; men fokus på dansk deltagelse i internationalt udviklingssamarbejde er i praksis forsvindende lille i forhold til lovens sidestillede formål, og indsatsen synes ikke på alle punkter tidssvarende. Til gengæld er der evidens for, at nye private aktører ønsker at engagere sig.
- 2) Oplysningsbevillingen prioriterer oplysning om udviklingslandenes udfordringer. Det skyldes i høj grad ansøgerfeltets manglende interesse for at formidle dansk udviklingsbistand. Med andre ord er antagelsen om den uformelle arbejdsdeling mellem UM, NGO'erne og Oplysningsbevillingen i tråd med praksis. Evalueringen konkluderer derfor, at revision af bevillingens mandat er tiltrængt. Fokus på udviklingslandene og udviklingssamarbejde virker utidssvarende i år 2016.
- 3) Oplysningsbevillingens tre hovedkategorier – skole/undervisning, TV/film og generel oplysning – er ikke hensigtsmæssige. Kortlægningen viser, at kategorierne hverken fungerer optimalt som analyseredskab til forståelse af specifikke oplysningsaktiviteters indhold eller kategorisering af den samlede portefølje. Den nuværende praksis afspejler fordeling af støttemidler styret af ansøgerfeltet og ikke strategi. Hovedkategorierne bør derfor gentænkes.
- 4) Det konkluderes, at både projekternes kohærens og effektivitet (spredning og nyskabelse) ligger til grund for ansøgningsvurderingerne. Baseret på evalueringen af de ni udvalgte indsatser, synes indsatsernes markedsføringsstrategi dog ikke at være tilstrækkelig i fokus; hverken når det gælder planer eller midler til gennemførelse heraf.
- 5) Evalueringen konkluderer, at aktiviteter med både formidlende og mobiliserende sigte støttes af Oplysningsbevillingen. Der er potentiale for at understøtte mobilisering af nye formidlere yderligere gennem partnerskaber og netværk.
- 6) Det konkluderes, at Oplysningsudvalget har udvist gode takter i sit opsøgende arbejde med potentielle bevillingsmodtagere, for at understøtte anderledes partnerskaber. Forsøg på at fremme partnerskaber mellem formidlere og NGO'er synes dog at have haft

begrænset effekt. Der konkluderes derfor, at dokumenterede markedsføringskompetencer og indsigt i globale udfordringer skal indgå langt stærkere i ansøgningerne.

SPØRGSMÅL 2: Er de enkelte aktiviteter, støttet af Oplysningsbevillingen, relevante i forhold til formålet, og står resultaterne af oplysningsaktiviteterne mål med de ressourcer, der er anvendt på aktiviteten?

De ni udvalgte aktiviteter er alle vurderet til at have høj relevans i formidlingen af udviklingslandenes problemstillinger. Hvad angår formidlingen af Danmarks rolle i udviklingssamarbejdet bidrager de udvalgte indsatser kun i meget begrænset omfang hertil.

Kun ét oplysningsprojekt ud af de ni evaluerede har dansk udviklingssamarbejde i fokus, nemlig Bilkas samarbejdsprojekt med Folkekirkens Nødhjælp med fokus på oplysning om sundhedscentre i Malawi via fundraising. For flere evaluerede projekters vedkommende vil en for tydelig tråd til dansk bistandssamarbejde skade produktets troværdighed. Det gælder f.eks. for dokumentarfilmen *Democrats*, hvor instruktøren bevidst undlod at referere til Danmarks rolle i Zimbabwes forfatningsproces, skønt filmen omhandlede netop dette tema.

Omkostningseffektiviteten (efficiens) vurderes som utilstrækkelig for hovedparten af de evaluerede oplysningsaktiviteter målt i forventede formidlingsresultater. Mange projekter får kun begrænset rækkevidde, og kun to indsatser ud af de ni evaluerede når egne resultatmål. Øvrige aktiviteter er enten langt fra at opfylde deres resultatmål eller har kun indfriet dele af deres forventede formidlingsresultater. Samlet set vurderes det, at Oplysningsbevillingens fokus på og støtte til markedsføring af oplysningsaktiviteterne er utilstrækkelig.

Undervisningssektoren kalder på særlig opmærksomhed på grund af svag efterspørgsel på materiale fra underviserne trods skolernes mandat. Som konsekvens heraf bærer mange undervisningsprojekter præg af lagersuccesser, der venter på at blive taget ned fra hylden. Dette fører til lav efficiens. Skoleledelser, undervisere og kommuner bør derfor inddrages i udvikling af indsatser for at sikre reel efterspørgsel, før produktion sættes i værk.

I kontrast hertil vurderes mobiliseringsprojekternes efficiens som høj. Eksempelvis formår *Verdensbilledlegatet* for relativt få midler ikke alene at producere kortfilm af høj kvalitet, men også at hverve nye formidlere. Såvel brede produktioner som komplekse produktioner til et smallere publikum konkluderes at være berettigede, idet lanceringskrav for de smallere film dog bør skærpes. Endelig kræver markedet for digitale spil, at projekter indarbejder markedsføring i spildedesign sammenholdt med øget fokus på pilotering i udviklingsfasen.

SPØRGSMÅL 3: Bidrager de enkelte aktiviteter til en samlet kommunikationsindsats, og er der eksempler på nyskabende indsatser, der skaber interesse for forholdene i udviklingslandene?

Udfordringen for mange projekter er, at de har relevans og kvalitet, men står tilbage efter endt støtteperiode som lagersucceser med anvendelse og udbredelse som største udfordring.

Ud af de ni evaluerede oplysningsaktiviteter, er tre af indsatserne blevet prisbelønnede: *Bilkas* Malawi-engagement har vundet international pris for mest innovative fundraising-kampagne i 2014, dokumentarfilmen *Democrats* har modtaget 20 filmpriser og spillet *Slum Challenge* har fået tildelt *World Youth Summit Award* i kategorien *Pursue Truth*. Evalueringen konkluderer derfor, at prisbelønningerne afspejler anerkendelse af nyskabende indsatser.

SPØRGSMÅL 4: Er de institutionelle rammer for Oplysningsbevillingen effektive og tidssvarende, og sikrer disse rammer den mest hensigtsmæssige udmøntning af bevillingen?

Evalueringen konkluderer, at Oplysningsbevillingens eksisterende rammer overordnet set sikrer den mest hensigtsmæssige udmøntning af bevillingen, men at justeringer er ønskelige. Den positive vurdering af de eksisterende rammer baserer sig på: (i) den ansøgningsbaserede pulje giver mulighed for bred involvering af danskere; (ii) forankringen i Udenrigsministeriet giver mulighed for synergi med udenrigspolitiske aktører, og armslængdeprincippet styrker oplysningsaktiviteternes troværdighed; og (iii) tilfredshed med sekretariatsbetjening.

SPØRGSMÅL 5: Er der en igangsættende og inspirerende spredningseffekt af de oplysningsaktiviteter, som Oplysningsbevillingen har støttet?

Spredningseffekten varierer en del mellem de støttede projekter. Evalueringen peger på et billede af for mange små projekter, der på grund af begrænset budget kommer til at fokusere på udarbejdelse af materiale og mindre på at sikre efterfølgende anvendelse. Der tegner sig et billede af mange gengangere blandt ansøgerne. Af de ni evaluerede oplysningsprojekter har tre aktører modtaget bevillinger til gentagelse uden dokumentation af tidligere resultater.

Bilkas oplysningsarbejde står ud fra mængden som undtagelsen, der bekræfter reglen, når det gælder igangsættende indsatser på erhvervsområdet. Projektet er et eksempel på højt fortsat engagement tre år efter støtteperiodens udløb, samt vilje til at arbejde videre med hhv. støtte til Malawi gennem samarbejdet med Folkekirkens Nødhjælp og tilsvarende partnerskaber med eksempelvis Dansk Naturfredningsforening. Der synes hermed at eksistere et betydeligt potentiale for at udvikle en samlet kommunikationsindsats for de globale bæredygtighedsmål og deres betydning i både en dansk og international kontekst.

SPØRGSMÅL 6: Er der gode internationale erfaringer for oplysningsvirksomhed, som Danidas Oplysningsbevilling kunne lade sig inspirere af?

Internationale erfaringer kan især inspirere til nytænkning af, hvordan de globale bæredygtighedsmål kan omsættes til formidling. For eksempel kunne den danske oplysning om udviklingslande udvikle sig i retning af at være en bredere tværfaglig indsats, hvor statslige midler kan indgå, men hvor vægten er på det globale og det universelle, og hvor der er mindst lige så vigtige roller for civilsamfund og den private sektor.

Hverken Holland eller Storbritannien har ansøgningsbaserede oplysningsstøtte, der tåler sammenligning med Oplysningsbevillingen, men bokse fordelt over denne rapport giver eksempler på mulig inspiration. Holland viser mulighed for at prioritere global dialog om aktuelle temaer, der engagerer bredt. Der er indarbejdet global dækning i public service-kontrakter med BBC og andre mediehuse. Det viser, hvordan andre instanser end ministerier i en tid med nye bæredygtighedsmål for alle kan ansvarliggøres for global mediedækning. Endelig er der stærke eksempler fra Storbritannien på, hvordan humor og sport kan engagere bredt, og hvordan One World Media Awards kan inspirere positivt ved at fejre gode eksempler – og i øvrigt holde døren åben for prisvindere fra eksempelvis Danmark.

5 anbefalinger

SPØRGSMÅL 7: Hvordan sikres høj kvalitet i oplysningsarbejdet i fremtiden?

Evalueringen anbefaler:

1. At fastholde en ansøgningsbaseret bevilling i Udenrigsministeriet til at støtte udvikling og markedsføring af troværdig og tidssvarende kommunikation om udviklingslande til en bred skare af klart definerede målgrupper af danskere.
2. At et eksternt udvalg fastholdes i moderniseret version ad modem:
 - a. Udenrigsministeren udnævner seks medlemmer, der matcher kompetenceprofilerne:
 - Udvikling og globalisering
 - Partnerskab og erhverv
 - Film/TV produktion
 - Journalistik og medier
 - Pædagogik og didaktik
 - Digital kommunikation
 - b. Udnævnelse sker for en treårig periode og med mulighed for op til to genudnævnelser.
 - c. Udvalget indfører et fjerde årligt møde for at evaluere kvalitet og spredning af sidste års støtte, konsultere med strategiske brancheaktører og i samråd med Udenrigsministeriet definere et særligt tema, der søges fremmet med ca. 50% af midlerne samt en styrket opsøgende indsats fra udvalgsmedlemmernes side det kommende år.
3. At retningslinjerne ajourføres for bedre at afspejle den universelle tilgang i de globale bæredygtighedsmål, så udviklingssamarbejde nedtones til fordel for en mere global tilgang med bredere vinkler på udviklingslandene, involverende partnerskabskommunikation og personligt vedkommende formidling. I konsekvens heraf gives tidssvarende navn i stil med: *Global Dialogpulje* eller *Global Udviklingsdialog*.
4. At sikre passende balance mellem:
 - a. Relativ beskeden støtte til bredden, fx vækstlag blandt filmproducenter.
 - b. Skærpede krav om dokumenterede kompetencer og markedsføringsbudget fra ansøgere om støtte til smallere, dybere og mere becostelige internationalt orienterede dokumentarfilm.
5. At prioritere ansøgere, der kan sandsynliggøre, at de når bredere ud til klart definerede målgrupper med materialer, modeller og oplevelser, fx i kraft af:
 - a. Anderledes partnerskaber med brede netværk og oplevelser for formidlerne.
 - b. Budgetlinje med flere midler til markedsføring og ekstern sparring undervejs.
 - c. Skærpet krav i skoletiltag om tidlig involvering af kommune, ledelse og lærere i efterspørgsel.

- d. Indarbejdelse af marketingselementer i design ved støtte til digitale spil.
 - e. Krav om dokumentation af resultater og progression fra projektgængere.
6. At indføre en minimumsgrænse på DKK 250.000 for ansøgninger, og at der til gengæld stilles krav til de færre og større projekter om langt mere markante budgetlinjer til markedsføring af materialer og modeller samt planer for ekstern effektmåling af indsatserne.
7. At muliggøre støtte til versionering og flere produktioner på engelsk som middel til bredere international anvendelse og øget dansk udbredelse.

2 Asiatisk Plads
DK-1448 Copenhagen K
Denmark

Tel +45 33 92 00 00
Fax +45 32 54 05 33
um@um.dk
www.um.dk

EVALUERING AF DANIDAS OPLYSNINGS- BEVILLING 2012-2016
