

RORG-samarbeidets fagfelle vurdering av



Spire

– Utviklingsfondets ungdom



2010

Innholdsfortegnelse:

Innledning	2
RORG-samarbeidets fagfellevurderinger	3
Metode og sentrale vurderingspunkter	3
Fagfeller	4
Presentasjon av Spire	5
Spires visjon	5
Spires oppbygging	5
Rammeavtale med Norad	6
Spire Nord/Sør-informasjon	7
Gode eksempler	7
Kampanjen 2009	7
Fagfellenes vurdering av gjennomgangstemaer	11
Tema og temavalg	11
Politisk budskap	11
Synlighet	12
Sør-perspektiver og samarbeid med Sør	13
Organisasjonsbygging	13
Hovedkonklusjoner og anbefalinger	17
Kilder	19

Forfatter: Judith Klein
Denne rapporten er publisert av RORG - samarbeidet ved Judith Klein.
Mai 2010

Innledning

Denne fagfellevurderingen av Spire ble påbegynt i august 2009 etter initiativ fra Spire, og avsluttet mars 2010. Spire er Utviklingsfondets ungdomsorganisasjon, og består i all hovedsak av frivillige. Spires hovedvirke er informasjons- og påvirkningsarbeid i Norge om miljø- og utviklingsspørsmål. Spire definerer utvikling som *bærekraftig utvikling*, der miljø og utvikling er integrert.

Hovedfokus for både fagfelleprosessen og rapporten har vært Spires arbeid med Nord/Sør-informasjon. Sentralt i begrepet Nord/Sør-informasjon står temaer som omhandler relasjonen mellom Nord og Sør, altså forbindelser som påvirker forholdet mellom rike og fattige land, og som fremmer eller hemmer bærekraftig utvikling. Sentrale og aktuelle Nord/Sør-spørsmål berører grunnleggende sammenhenger og årsaker til global ulikhet og fattigdom i et utviklingsperspektiv.

Fagfellene mener Spire er et eksempel på en organisasjon som presenterer sentrale og aktuelle Nord/Sør- og utviklingsspørsmål på en god måte. Arbeidet med Nord/Sør-informasjon i Spire utgjør deres kjernevirksomhet, og er noe både ansatte og tillitsvalgte i all hovedsak arbeider med. Fagfellene mener videre at Spire får gjort mye med små ressurser, og det frivillige arbeidet er en enorm ressurs. Mange av tiltakene deres er opplysningsarbeid på høyt nivå, for eksempel Spires kampanjearbeid, med tilhørende hefter, filmer, foredragsturneer og aksjoner, med mer.

Spires egne ønsker ("bestilling") og RORG-samarbeidets sentrale vurderingspunkter danner rammen for hva fagfellevurderingen skal fokusere på. Spire ønsket at vi med utgangspunkt i de sentrale vurderingspunktene spesielt fokuserte på kampanjearbeidet deres. Hva er det som gjør dette til et godt tiltak? Hvilke gode grep kan ha overføringsverdi? I tillegg ønsket Spire å forsterke sitt politiske budskap, bli mer synlige og å få tips og råd når det gjelder å drive organisasjonsbygging, herunder økt kontinuitet, rekruttering, aktivitet for lokallag, med mer.

RORG-samarbeidets fagfelle vurderinger

RORG-samarbeidet¹ er et nettverk av norske organisasjoner, som med økonomisk støtte fra Norad gjennom 4-årige rammeavtaler driver opplysningsarbeid i Norge om sentrale og aktuelle Nord/Sør- og utviklings spørsmål.

Beslutningen om å utvikle et system for fagfelle vurderinger (peer reviews) blant RORGene ble tatt på RORG-samarbeidets ekstraordinære årsmøte i februar 2006, som del av RORG-samarbeidets strategi og søknad til Norad for perioden 2007-2010. Forslaget ble imidlertid først fremmet i en anbefaling fra en sør-evaluering av RORGene i 2002/2003². Bakgrunnen var evalueringens avdekking av svakheter knyttet til blant annet RORGenes samhandling med Sør og strategiske tenkning i forbindelse med opplysningsarbeidet. Fagfelle vurderingene har dessuten sin bakgrunn i et generelt ønske/krav fra Norad/UD om evaluering av det arbeidet med Nord/Sør-informasjon som gjøres med økonomisk støtte fra Norad, så vel som et felles ønske om faglig utveksling og styrking av arbeidet med Nord/Sør-informasjon blant RORGene.

Gjennom oppfølging av sør-evalueringen av RORGene i 2002/2003 har RORG-samarbeidet utviklet og årsmøtebehandlet felles posisjonspapirer om Nord/Sør-informasjon, så vel som Sør-perspektiver og samarbeid med sør, samt en Vår Varsom-plakat for Nord/Sør-informasjon³. Disse representerer et viktig felles referansegrunnlag for arbeidet med Nord/Sør-informasjon og utviklingen av et system for fagfelle vurderinger. Utviklingen av et system for fagfelle vurderinger har også bygget på erfaringer fra den prosessen med nasjonale fagfelle vurderinger av opplysningsarbeidet (Global Education) som er utviklet i et samarbeid mellom Europarådets Nord/Sør-senter og Global Education Network Europe (GENE), som RORG-samarbeidet er medlem av.

1 RORG = RammeavtaleORGanisasjon, som her henspeiler på organisasjoner som har rammeavtale med Norad om støtte til opplysningsarbeid (Nord/Sør-informasjon) i Norge.

2 Sør-evalueringen ble ledet av Stiaan van der Merwe (Sør-Afrika) i perioden 2002-2003, etter avtale med RORG-samarbeidet og finansiert av UD og Norad. Rapporten er tilgjengelig på RORG-samarbeidets nettsider: <http://www.rorg.no/Artikler/891.html>.

3 Disse dokumentene er tilgjengelig på RORG-samarbeidets nettsider: http://www.rorg.no/RORG_samarbeidet/index.html.

Målsettingen med fagfelle vurderingene er å øke og styrke arbeidet med Nord/Sør-informasjon i Norge, blant RORGene og i den enkelte RORG. Gjennom fagfelle vurderingene er det også et mål å styrke og videreutvikle den felles faglige forståelsen, så vel som den kritiske debatten om Nord/Sør-informasjon, i og blant RORGene og andre utviklingspolitiske aktører.

Selv om fagfelle vurderingene tilpasses de ulike RORGenes egenart og behov, vil de også ha fellestrekk som muliggjør en viss grad av sammenligning.

Proessen vil trekke inn informasjonsmedarbeidere fra andre RORGer med erfaring fra Nord/Sør-informasjon (fagfeller), som skal delta som "kritiske venner" overfor organisasjonen. Ved å bringe inn erfaringer fra andre organisasjoner og sammenhenger, vil fagfelle vurderingene styrke mulighetene for læring hos alle som deltar i prosessen.

Foruten denne fagfelle vurderingen av Spire, er det tidligere foretatt fagfelle vurderinger av Arbeidernes Opplysningsforbund (AOF), SAIH, Vennskap Nord/Sør (VNS), Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG), Den norske Burmakomiteé, KFUK-KFUM Global, Fellestrådet for Afrika og Hei Verden. Erfaringene fra disse fagfelle vurderingene vil danne grunnlag for videre utvikling av RORG-samarbeidets arbeid med fagfelle vurderinger.

Metode og sentrale vurderingspunkter

Fagfelle vurderingen av Spire har vært todelt, med fasilitering av en rekke deltagende prosesser på den ene siden og fagfellenes vurderinger på den andre siden. Prosessene som fagfellene har tilrettelagt er inspirert av elementer fra LØFT-metoden (Løsningsfokusert organisasjonsutvikling). RORG-sekretariatet gjennomgikk et skreddersydd LØFT-kurs våren 2009. Bruk av LØFT i fagfelle vurderinger innebærer blant annet at vi i stedet for å analysere utfordringer, setter fokus fremover mot en såkalt ønsket fremtid, og finner strategier for å nå dit. Gjennom gruppeprosessene ønsket vi at Spire skulle bli bevisst hvor de ønsker å være om noen år. Etter en slik kartlegging besto gruppeprosessene i å identifisere noen kloke grep og små, umiddelbare skritt som kan tas for å starte arbeidet med å realisere denne ønskede fremtiden.

Fagfeller

Heidi Lundeberg er daglig leder i Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG). Hun har det daglige ansvaret for organisasjonens informasjonsarbeid og bidrar også med egne tekster og innledninger. Heidi har tidligere vært nestleder i Attac Norge, forskingsassistent og budeie, og har en master i samfunnsgeografi tilknyttet Nupi. I dag er Heidi medlem i styret og koordineringsutvalget for nettverksorganisasjonene Norges Sosiale Forum og Handelskampanjen.

Halle Jørn Hansen er leder i Internasjonalt Utvalg i Akershus Arbeiderparti. Han har tidligere vært styreleder i Forum for Utvikling og Miljø, generalsekretær i Norsk Folkehjelp, informasjonssjef i Norad og NRK-korrespondent i Afrika.

Judith Klein er rådgiver i RORG-sekretariatet og har hatt ansvaret for prosessen og rapporten fra RORG-sekretariatets side. Hun har tidligere jobbet i Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG), i Røde Kors og som lærer. Faglig har hun bakgrunn fra samfunnsgeografi (utviklingsgeografi på hovedfagsnivå), i tillegg til lærerutdanning.

Spesielt to antagelser innen LØFT er sentrale for hvordan gruppeprosessene legges opp:

- *Den saken gjelder, vet best*
- *Det vi fokuserer på, blir det mer av*

Ut fra den første antagelsen legges fagfellevurderingene i større grad enn før opp som interne læringsprosesser for den aktuelle organisasjon, heller enn som en ekstern evaluering.

Fagfellevurderingen begynte med noen såkalte "bestillingsmøter", der vi ønsket at Spire skulle avklare og beskrive hvilke områder Spire ønsket å fokusere på. Deretter satte vi ned en "prosjektgruppe" internt i Spire. For at prosessen skulle kunne forankres, var det viktig at "prosjektgruppen" besto av sentrale aktører fra Spires inneværende og kommende styre (kjernegruppe). (Spire hadde årsmøte og skifte av styre midt i fagfelleperioden). De mest aktive har vært organisasjonssekretær, kampanjeleder for "Shit happens?", avtroppende leder, ny leder (2009/2010) og kjernegruppede medlemmer. I tillegg har fagfellene hatt samtaler/intervjuer med en rekke andre aktører som angår Spire (Sør-partnere fra Malawi, informasjonsansvarlig i Utviklingsfondet, Utenlandssjef, lokallag, tidligere aktive, m. fl.).

Til grunn for valg av fokusområdene og problemstillingene i fagfellevurderingen ligger, foruten Spires egne ønsker, også noen sentrale vurderingspunkter utarbeidet som en standard struktur for RORG-samarbeidets fagfellevurderinger. Disse punktene (se nedenfor) skal fagfelleteamet vurdere på grunnlag av tilgjengelig dokumentasjon, samtaler, intervjuer med ansatte/tillitsvalgte i organisasjonen, organisasjonens egen strategi, så vel som det konkrete informasjonsarbeidet.

Sentrale vurderingspunktene for RORG-samarbeidets fagfellevurderinger:

1. Nord/Sør-informasjonens forhold til organisasjonens øvrige informasjonsvirksomhet
2. Tema og temavalg
3. Uavhengig, saklig og kritisk
4. Sør-perspektiver og samarbeid med Sør
5. Målgrupper
6. Strategisk tenkning og kontekstuell selvforståelse
7. Nord/sør-informasjonens forankring i organisasjonen
8. Organisasjonsspesifikke forhold

Disse vurderingspunktene vurderes opp mot RORG-samarbeidets posisjonspapir og Vær Varsom-plakat.

Presentasjon av Spire

Spire er ungdomsorganisasjonen (ungdomsgruppen) til Utviklingsfondet og ble etablert i 2003. Ungdomsgruppen vokste frem som et resultat av det engasjementet som oppsto i forbindelse med at Utviklingsfondet fikk Operasjon Dagsverk i 2003. Intensjonen var å etablere en ungdomsgruppe til å drive Nord/Sør- informasjon i tråd med Utviklingsfondets hovedtemaer. Ved etableringen av Spire var holdningen fra Utviklingsfondet at Spire skulle skapes av de som engasjerte seg. Ingen skulle komme til en ferdig modell. Dette handlingsrommet var et viktig utgangspunkt for etableringen av Spire.

Spire velger selv sine arbeidsområder, aktiviteter og måter å organisere seg på, men koordinerer dette med Utviklingsfondet. Videre er både formål, arbeidsområder og visjon forenlig med Utviklingsfondets arbeid. Fra Utviklingsfondets side er Spire i seg selv et prioritert satsingsområde for informasjonsarbeidet. Fagfellene har inntrykk av at det er en fin balanse i forholdet mellom handlingsrom/autonomi og koordinering/samarbeid mellom Spire og Utviklingsfondet, noe de aller fleste i både Spire og Utviklingsfondet også gir uttrykk for.

Utviklingsfondet definerer seg selv som en uavhengig miljø- og utviklingsorganisasjon, formelt stiftet i 1978. På hjemmesiden skriver Utviklingsfondet følgende om seg selv:

”Vi støtter fattige mennesker i deres eget arbeid for å kunne fø seg selv, komme seg ut av fattigdommen og sikre miljøet.... Utviklingsfondets formål er å bidra til å bekjempe fattigdom i utviklingsland, fremme en rettferdig fordeling og bærekraftig forvaltning av verdens ressurser, et aktivt, deltagende demokrati, menneskerettigheter og solidaritet. Utviklingsfondet støtter tiltak på grasrotplan og arbeider for å endre de politiske og økonomiske forholdene som skaper og opprettholder fattigdom, sult og miljø-ødeleggelser.»

Spires hovedmålgruppe er unge mennesker, men alle er velkomne til å bli medlem av Spire. Spire har i dag 189 medlemmer (desember 2009), og vokser gradvis.

Visjon

Spire har i 2009 jobbet med å utvikle et visjonsdokument, men klarest uttrykk for hva Spire ønsker finner vi i deres politiske plattform, der det oppsummeres slik:

”Spire ønsker å endre de samfunnsstrukturene som opprettholder en urettferdig fordeling, og uheldig forvaltning av økonomiske, sosiale, biologiske og kulturelle rettigheter og ressurser. Dette vil vi oppnå gjennom å støtte grasrotarbeid i utviklingsland, opplysningsarbeid, kunnskapsutveksling og politisk påvirkning på nasjonale og internasjonale arenaer.” (Politisk plattform, 28.10.2008) <http://www.u-fondet.no/filestore/MicrosoftWord-Politiskplattformvedtatt26.oktober2008.pdf>

Spires oppbygging

Styret i Spire kalles kjernegruppen og velges på årsmøtet (Stormøtet) som holdes om høsten. Kjernegruppen består av om lag 10 personer, som har følgende verv: leder, organisatorisk nestleder, politisk nestleder, internasjonalt ansvarlig, kampanjeleder, fast medlem, fast medlem, fast medlem, 1.vara og 2. vara.

Videre består Spire av en rekke utvalg/grupper som er basert på de temaene som Spire synes er viktigst. Disse gruppene varierer noe fra år til år, men i 2010 er følgende grupper aktive: Internasjonalt utvalg, kampanjegruppen, handelsgruppen, GMOgruppen og miljø- og klimagruppen. (De to sistnevnte er Spires prioriteringer og utgjør i tillegg Spires politiske utvalg).

Spires sekretariat består av en ansatt i 100% stilling som organisasjonssekretær. Sekretariatet ligger i Grensen 9 sammen med Utviklingsfondet. Spire har lokallag på Blindern og i Bergen. De har også hatt et lokallag på Ås med varierende aktivitet.

På hvert årsmøte/”stormøte” velger Spire tre politiske prioriteringer for året som kommer. To av de politiske pri-

“Spire ønsker å endre de samfunnsstrukturene som opprettholder en urettferdig fordeling...”

	Tiltak 3: Spire – Utviklingsfondets ungdom	Sum
3a	Generell Nord/Sør-informasjon mot høyskoler/universitet/lokallag	40 000
3b	Egenskolering i Nord/Sør-informasjon for Spires medlemmer	60 000
3c	Spires informasjonskampanje	60 000
3d	Publisere og distribuere materiell	50 000
3e	Informasjonsinnhenting og -spredning	40 000
3f	Visuell kommunikasjon	15 000
	Lønnsmidler dekket av posten for lønn/administrasjon	100 000
	SUM	365 000

oriteringene er nye, mens det tredje er fjorårets kampanjetema. De to politiske prioriteringene som er valgt inn utgjør politisk utvalg, og i 2010 er dette GMO-gruppen og Klima/miljø-gruppen.

Rammeavtale med Norad

Spire inngår som en del av Utviklingsfondets rammeavtale med Norad. (Tiltak 3, ungdomsarbeid). Spire mottar 365.000 i året fra Norad-avtalen, hvorav 265 000 kr i året går til informasjonstiltak og 100.000 til lønnsutgifter. (Dette er tallene Spire opererer ut fra i 2010.)



Spire Nord/Sør-informasjon

Gode eksempler

I denne delen ønsker fagfellene å trekke frem enkelte eksempler på gode informasjonstiltak innen rammen av sentrale og aktuelle Nord/Sør-tiltak. Sammen med Spire har fagfellene valgt å trekke frem Spires kampanjearbeid som et godt eksempel. Hva er det som gjør dette til et godt tiltak, og hvilke gode grep har Spire gjort? Hva gjør at denne gruppen fungerer godt? Hva har overføringsverdi?

Kampanjearbeidet

Spire har per i dag én kampanje i året. På hvert årsmøte (stormøte om høsten) velger Spire et kampanjetema, en kampanjeleder og medlemmer til neste års kampanjegruppe. Det er kampanjegruppen som koordinerer og gjør hovedarbeidet for kampanjen, men hele Spire deltar under aksjoner og i mobiliseringsarbeidet både sentralt og i lokallagene. Kampanjearbeidet er basert på frivillig arbeid og kampanjegruppen har ingen ansatte.

Valg av tema for kampanjen

Tidligere valgte man et hvilket som helst nytt tema for kampanjen, men et godt grep som Spire nå satser på, er å velge et av de temaene som utvalgene allerede arbeider med som kampanjetema. Fagfellene tror at man på denne måten i større grad vil kunne bruke kompetansen de ulike utvalgene besitter. Samtidig kan det virke motiverende for de ulike utvalgene å få synliggjort sine temaer gjennom kampanjen fra tid til annen. Et annet godt grep Spire gjør er, å la kampanjetema gå videre som politisk prioritering året etter. Slik får de nyttegjordt seg den faglige kompetansen de har bygd seg opp.

”Shit happens?” 2009-kampanjen

Spires kampanje for 2009 het *Shit happens?* Kampanjen tok opp temaet *klimatilpasning* og *klimarettferdighet*. Hovedbudskapet var at det er de rike landene som har bidratt mest til klimaendringene, mens det er de fattige landene som må leve med konsekvensene. ”*Spire mener at Norge har et medansvar for klimaendringene. De som rammes mest, er ofte de som har bidratt minst til endringene...*”(Shit happens?) Fagfellene mener tidspunktet for dette temaet var gunstig, i og med at vi nærmet oss klimatoppmøtet i København desember 2009.

Kampanjen inneholdt en rekke ulike ”stunts”. For eksempel dekorerte Spire trærne på Sognsvann, de utførte stunts under den årlige elvevandringen langs Akerselven, der de ble sett av

*“Klimatoppmøte 2009...
Det å sitte å se på TV og
så ser jeg plutselig en liten
Spire som uttaler seg på TV,
det gjør meg stolt!”*

Bastian Klunde (tidligere leder av Spire)





”Global Wake Up call” – Global klimaaksjon utenfor Stortinget

Dette var en global aksjon på samme tidspunkt i hele verden (mandag 21/9-09). Spire innkalte til en kort gjennomgang av formålet en halvtime før aksjonstidspunkt og instruerte demonstrantene om ”stuntet”. Aksjonen ble holdt 2300 steder i 130 land. Klokken 12:17 stanset demonstrantene opp og ”frøs” i ulike positurer mens vekkerklokken på mobiltelefonene deres ringte. Deretter ble de forsøkt reddet av folk i oransje redningsvester, og demonstrantene begynte å tikke som en klokke. Tidspunktet symboliserte avslutningsdatoen for klimatoppmøtet i København, 17. desember. Formålet var å vise at tiden renner ut for klimaet. Politikerne må vekkes nå. Hver demonstrant ble oppfordret til å ringe politikerne og si sin mening om

tusenvis av mennesker. I tillegg hadde de en rekke stunts på T-banestasjonene i Oslo Sentrum, de utførte ”Global Wake up call” foran Stortinget og hadde en rekke film- og seminarkvelder, samt en foredragsturné. Kampanjen førte til flere presseoppslag, samt overrekkelse av underskrifter til miljø- og utviklingsminister Erik Solheim.

T-bane aksjon

Ved høstens kampanjestart, den 13 september 2009, samlet ca. 15 Spiremedlemmer seg på Grønland T-banestasjon i Oslo ikledd røde redningsvester, med hvert sitt klimabudskap på ryggen og plakater i hendene. Når en T-bane stoppet og folk kom ut, sto Spiremedlemmene oppstilt som statiske figurer/positurer, der hver enkelt av deltakerne hadde ulike roller. For eksempel lå tre personer i statisk stilling utover gulvet med plakater og kampanjeheftene foran seg, tre andre satt statisk på en benk med kampanjeheftet stikkende ut foran seg. Noen sto med plakat: ”Nysgjerrig? - spør her” og to andre gikk rundt og samlet underskrifter. Etter Grønland dro de videre til Oslo S, Stortinget og Majorstuen T-banestasjon. Det at kampanjedeltakerne sto i ro i figurer pirret nysgjerrigheten, og gjorde at flere kom bort og spurte hva dette var for noe. Dette grepet kan være et godt alternativ til innpåsletne informatører som henvender seg på en mer direkte måte til ”mannen i gata”.

klima. Spire var de som sto i spissen for den norske mobiliseringen, og om lag 50 personer deltok foran Stortinget. Media kom, og Spire fikk uttalt seg på nyhetene på både NRK og TV2, i tillegg til at dette ble lagt ut på nettTV. På en enkel måte klarte Spire å spre budskapet, mobilisere folk og å skape oppmerksomhet.

Foredragsturné – nådde 180 elever

Parallelt med kampanjen organiserte Spire en foredragsturné der man reiste rundt og formidlet tema for kampanjen. (Dette var en del av Klima sett fra Sørprosjektet.) Gjennom utlysning fikk de 10 personer til å gjennomgå et forberedelseskurs i presentasjonsteknikk og tematikken. Disse forpliktet seg så til å holde minst to foredrag hver. Fagfellene mener det å lyse ut kan ha

”Jeg er veldig fornøyd med kampanjen. Spire klarer å være kreative, samt å si vanskelige ting på en forståelig måte.”

Sigurd Jorde, informasjonsansvarlig i Utviklingsfondet.

en god virkning når det gjelder å sikre seg motiverte foredragsholdere, og det kan ha en forpliktende virkning. Foredragets mål var at elevene skulle få økt kunnskap rundt klimaendringene i et globalt perspektiv, samt økt kjennskap til klima-

forhandlinger. I tillegg var det et mål å skape engasjement for løsninger og en erkjennelse av at dette er noe som skjer akkurat nå. Dette var et tiltak utelukkende frivillig drevet, hvor hver foredragsholder organiserte sine egne foredrag. Sammen nådde de ca. 180 elever i den videregående skole og på folkehøgskoler. De fleste av foredragsholderne var eksterne, og det at noen ble ak-

tive i Spire etterpå viser at dette også kan være en måte å tiltrekke seg nye medlemmer på. (jmf. "Det er viktig at nye medlemmer inkluderes der det allerede er en aktivitet", Kjernegruppedlem.)

Filmvisning for 200 personer

Fagfellene vil også fremheve at det er en stor styrke at man jobber rundt samme kampanjetema enten man er i Oslo eller i Bergen. Lokallaget i Bergen, som kun består av seks personer, tiltrakk seg for eksempel ca. 200 personer på en filmkveld høsten 2009, der de viste filmen "Age of stupid". I tillegg holdt de flere seminarer med klima som tema.

Nøkkelfaktorer. Hva gjør kampanjene gode?

- Klar målsetting (formål og budskap)
- Klar link til Norge/adressere mottaker
- Planleggingsfase, internskolering, solid faglig kunnskap
- Aksjoner med humor og kreativitet skaper synlighet
- "Timing"

Fagfellenes vurdering

Kampanjen skapte oppmerksomhet. Viktige elementer var kombinasjonen av de visuelle virkemidlene, de røde redningsvestene, de skriftlige budskapene på ryggen, de statiske figurene/positurene, plakatene, samt kampanjheftet "Shit happens?", som inneholdt god bakgrunnsinformasjon om klimaendringer og klimatilpasning. Bruken av de røde redningsvestene gjorde Spire synlige. I tillegg hadde redningsvestene en god symboleffekt. Man kunne ane et fremtidsscenario med konsekvensene av klimaendringene i vårt samfunn - hvis folk ikke handler nå. I tillegg kunne de symbolisere de allerede inntrufne klimakonsekvensene i vår samtid. Spire var også bevisst på å tilby konkrete handlingsalternativ under de ulike arrangementene sine, fra enkle underskriftskampanjer til det å motivere hver enkelt person til å ringe miljø- og utviklingsminister Erik Solheim.

Målsetting, formål, klar link til Norge og adressering av mottaker

Premisset bak enhver kampanje er å ha en klar målsetting. Hva er formålet? Man må vite hva man vil oppnå. En forutsetning er da at det også er en klar link til Norge og at man klarer å adressere mottakeren (f. eks. Solheim).

God forberedelsesfase med planlegging og internskolering

Det at Spire bruker vårhalvåret til å skolere seg, planlegge og mobilisere, for så å utføre kampanjen i høsthalvåret, er et godt grep. Den avtroppende kampanjelederen bidrar også til å skolere neste års kampanjeleder. "Spire skiller seg fra andre organisasjoner ved at det er viktig å forstå problemstillingen før man går ut og mener noe" (Bastian Klunde). Spire er slik sett et viktig alternativ til alle gateververe fra de store organisasjonene, som tilslører årsakssammenhenger og forenkler temaer for å få inntekter.



Foto: Hans Erik Weiby/NRK

"Spire mener at Norge har et medansvar for klimaendringene. De som rammes mest, er ofte de som har bidratt minst til endringene"

Tidligere kampanjer

Make Poverty history 2005

Dette var en del av en internasjonal kampanje. I Norge var det Spire som tok initiativet og mobiliserte folk fra flere organisasjoner. Ved hjelp av hvite laken kledde man Stortinget i hvitt og skrev "Make poverty history" på hvite små plakater. Dette var en aksjon som fikk mediaoppmærksomhet og nådde ut.

1 dollar dagen-kampanjen 2007

I forbindelse med lanseringen av en UNDP-rapport levde Spires medlemmer på 1 dollar dagen i en uke, og fikk noen politikere til å gjøre det samme. Det å få Stortingspolitikere til å spise havregrøt tiltrakk media. Temaet her er fortsatt aktuelt, og er slik sett en kampanje man fint kan gjenta. Får man en kjendis med på dette, kan man samtidig ha store muligheter for mediedekning. (Det kan også være i politikernes egeninteresse å profilere seg rundt en slik sak).

Grønn Illusjon? 2008

Kampanjen var et svar på et initiativ om å innføre en ny grønn revolusjon i Afrika. Dette ble innført i Latin-Amerika og Asia på 70-tallet og har hatt flere negative konsekvenser og ført til økt avhengighet og gjeld blant småbønder. Den økede matproduksjonen har ikke kommet de som virkelig trenger den til gode.

Kommende kampanje

Kampanjen 2010: Landgrabbing

Denne kampanjen er i skrivende stund under planlegging, men Spire har allerede fått oppslag i media om temaet. I tillegg har de laget en rapport om Landgrabbing i Ghana der det norske selskapet Scanfuel settes i fokus. I Spires Politisk Plattform for 2009 utdyper Spire sin holdning til temaet: "*Spire ser med stor uro på hvordan finans- og matkrisen i 2008 har forsterket det som nå best kan betraktes som en global trend, som kjennetegnes av at investorer går til oppkjøp og inngåelse av langtids leiekontrakter av landjord. Spire betrakter fenomenet som et globalt kappløp om landjord med tilhørende vannressurser. Spire betrakter landgrab som en selskapsdrevet globalisering som prioriterer eksportorientert produksjon over bærekraftig global matsikkerhet.*" (Politisk Plattform 2009.)

Solid faglig kunnskap

Fagfellenes vurdering av Spires trykte informasjonsmaterieill er at dette er godt kommunisert, med fin layout som gir et profesjonelt inntrykk. Innholdsmessig er det kunnskapsbasert og solid arbeid med tematisk god Nord/Sør-informasjon. Samtidig stiller fagfellene spørsmål ved hvorvidt dette blir for "snilt". Er det *for* akademisk og saklig, og i for liten grad politisk? Fagfellene mener Spire har den solide kunnskapen som trengs for å kunne mene noe. Fagfellene vil oppfordre Spire til å politisere informasjonsarbeidet sitt og til å våge å ta klarere standpunkt, noe vi kommer tilbake til under tema/temavalg.

Kreative stunts skaper synlighet

Kombinasjonen av en god sak og en oppsiktsvekkende aksjon med visuelle virkemidler skaper oppmerksomhet, som igjen kan tiltrekke media. Eksempler her er både T-bane-aksjonene, stuntene under Elvevandringen og "Global wake up call"-aksjonen foran Stortinget høsten 2010, men også "Make Poverty History"-kampanjen i 2005, der Stortinget ble rullet inn med hvite laken. "Uredd kampanjeleder" er viktig, mener en tidligere aktiv i Spire. Samtlige av Spires kampanjer har et kreativt innslag som krever litt mot.

Kampanjens betydning for Spires organisasjonsbygging

Kampanjearbeidet er et eksempel på en arbeidsform som fagfellene mener Spire behersker spesielt godt, og en form både de andre undergruppene i Spire, og ikke minst andre organisasjoner, kan lære av. Kampanjen er en måte å binde folk i de ulike gruppene sammen på.

Fagfellenes hovedinntrykk er at kampanjen i seg selv er en nøkkel til organisasjonsbygging i Spire. For nye medlemmer er det viktig å komme til en aktivitet, og flere nye kom inn i Spire gjennom kampanjearbeidet. Slik sett kan det være en fordel alltid å ha en kampanje gående (la kampanjene vare lengre). Eventuelt kan man arrangere to kampanjer, slik kjernegruppen selv foreslår.

Fagfellene mener at Spire gjennom kampanjen kan oppnå økt medlemsmasse, økt kontinuitet og mer synlighet. Gjennom samtaler med flere av Spires aktive er stikkord som går igjen at kampanjen skaper samhold, motiverer og er lystbetont. Dette er sammenfallende med de innspillene vi fikk fra Spires medlemmer når det gjelder kontinuitet. (Vi stilte spørsmålet "*Hva skal til for at du skal bli værende i Spire i 3-4 år til?*" Dette utdypes i avsnittet om kontinuitet senere i rapporten.)

Spire vurderer å utvide til to kampanjer i året. Fagfellene mener at det kan være mange positive sider ved å utvide til to kampanjer årlig, samtidig er det flere som legger vekt på at man ikke alltid trenger å starte noe nytt. Et alternativ kan være å la hver kampanje vare litt lengre. Stort sett samtlige av kampanjetemaene Spire har hatt er såpass aktuelle at de med fordel kunne fortsatt eller eventuelt blitt gjentatt. *Gjenkjennelse* kan være et godt virkemiddel for å bli mer synlig. Man kan jo også se for seg at man øker antall aksjoner, men har samme kampanjetema.

Gjennomgangstemaer: fagfellenes vurdering

Her vil fagfellene gi sin vurdering av noen gjennomgangstemaer med utgangspunkt i noen sentrale vurderingspunkter (beskrevet i rapportens innledende del).

Tema/temavalg

Fagfellene tror Spires grunnleggende forståelse av utvikling er en viktig forutsetning for både gode valg av tema og kvaliteten i opplysningsarbeidet.

Spires utviklingssyn/ definisjon av utvikling

Spire legger vekt på en bærekraftig utvikling som mål for sitt arbeid. Spire tar utgangspunkt i Brundtlandkommissjonens rapport fra 1987, når de definerer sitt utviklingssyn: *”Bærekraftig utvikling er en utvikling som tilfredsstiller dagens generasjoners behov uten at det går på bekostning av fremtidige generasjoners muligheter for å tilfredsstille sine behov. Bærekraftig utvikling innebærer positive endringer innenfor sosiale, økonomiske og miljømessige dimensjoner. Positiv endring innenfor en dimensjon kan medføre negative konsekvenser innenfor annen. Derfor må mulige konsekvenser alltid bli tatt i betraktning. Siden miljøet er grunnlaget for all økonomisk og sosial aktivitet, må det tas spesielt hensyn til.”* (Spires Politiske plattform <http://www.u-fondet.no/filestore/MicrosoftWord-Politiskplattformvedtatt26.oktober2008.pdf>)

Politisk versus akademiske temaer?

Temaene Spire tar for seg er komplekse og har å gjøre med grunnleggende sammenhenger innen Nord/Sørspørsmål. Utfordringen er å gjøre komplekse spørsmål forståelige for målgruppen. Det kan være vanskelig å ”selge” et komplisert budskap. Enkelte i Utviklingsfondet mener det kan være en fordel å ta for seg mer populistiske temaer, for slik sett å nå bredere ut og få større oppslutning. (Sult blir nevnt som tema som etterlyses i arbeidet.) Fagfellene mener Spire teffer godt med sine temavalg. De understreker at de synes Spire bør ivareta de temaene de har, og holde seg til disse temaene, som de er gode til. I dette ligger også at Spire ikke trenger å bli bredere, men bør fortsette å konsentrere seg om temaene handel, mat, landbruk, GMO, klima og landgrabbing. Temaene henger også naturlig sammen.

”Spires styrke er at man har et reflektert forhold til kompliserte saker. At man er gjennomtenkt. Det trengs ikke enda en skrikerunge, ” (Bastian Klunde)

Faren ved å bli mer tabloide og å forenkle er at Spire kan miste mennesker med et modent engasjement.

En måte å formidle komplekse temaer på kan være å plassere dem inn i en kontekst. Hvilke perspektiv man da belyser, er viktig. Spire er gode til å belyse for eksempel mat og klima i et urettferdighetsperspektiv. Slik sett underkommuniseres ikke konteksten, og det kan hjelpe de i målgruppen som i utgangspunktet ikke har nok kunnskaper om miljø og utviklingsspørsmål til å se sammenhenger.

”Spires styrke er at man har et reflektert forhold til kompliserte saker. At man er gjennomtenkt. Det trengs ikke enda en skrikerunge”

Bastian Klunde (tidligere leder av Spire)

Politiske budskap

Fagfellene mener videre at Spires informasjonsarbeid fremfor alt har et akademisk preg, og i stor grad er saklig og kunnskapsbasert, noe som skaper tillit. Fagfellene støtter likevel Spire i at de med fordel bør spisse det politiske budskapet sitt. Som ungdomsorganisasjon trenger ikke Spire å fremstå som apolitisk. Tvert i mot vil fagfellene understreke at ungdomsorganisasjonens rolle bør være å fremstå som mer radikal enn moderorganisasjonen (Utviklingsfondet). For det første anbefaler fagfellene å jobbe med å finne tydeligere politiske mål. Det å vise sammenhengen mellom politiske mål og informasjonsarbeidet kan virke engasjerende på både medlemmer og målgruppe. For det andre kan dette bidra til å finne klarere handlingsalternativer. Det kan være nyttig å øke bevisstheten om skillet mellom informasjonsarbeid på den ene siden og opplysningsarbeid på den andre. Ved å forsterke det verdibaserte aspektet i arbeidet sitt, vil man styrke det verdibaserte opplysningsarbeidet til fordel for å drive rent informasjonsarbeid.

I sin politiske plattform er deres politiske budskap likevel godt beskrevet. Dette er et velkrevet og grundig arbeid, hvor det er tydelig at Spire tar stilling. Denne felles referanserammen rundt meninger kan være et godt utgangspunkt for å styrke det politiske budskapet i det utadrettede opplysningsarbeidet.

“Jeg synes det Spire gjør rett og slett er bra. Jeg er fan! De har gode temaer, får ting til å skje og er synlige...”

Christoffer Klyve (Utviklingsfondet)

I den politiske plattformen (2009) beskrives Spires felles standpunkter på hvert av de følgende temaene:

- *Miljø og utvikling*: Bærekraftig utvikling, Klima, Forbruk, Teknologi og Biologisk mangfold
- *Fattigdomsbekjempelse*: Landbruk, Eiendomsrettigheter, Utdanning, Menneskerettigheter, HIV/AIDS, Kjønn, Forebyggende helsetiltak i u-land og Retten til vann
- *Matsikkerhet og matsuverenitet*: Matsuverenitet, GMO (genetically modified organism) og Landgrab
- *Handel og økonomiske og politiske strukturer*: Verdens handelsorganisasjon (WTO), Landbruk, General Agreement on Trade in Services (GATS), Trade Related Intellectual Property Rights (TRIPS), Non-Agricultural Market Access (NAMA), Gjeld, Utviklingsgjeld og Økologisk gjeld

Fagfellene synes Spire bør synliggjøre de meningene som beskrives på de ulike temaene i den politiske plattformen også i sitt utadrettede informasjonsarbeid. Dette kan løfte frem og styrke deres politiske budskap i større grad.

Ved å samarbeide med Sør-partnere eller globale partnere som arbeider med lignende tematikk som Spire vil man også kunne forsterke mulighetene for å formidle et tydeligere politisk budskap. De grepene som nå gjøres ved valg av kampanjetema er viktig når det gjelder å bygge kompetanse. Med økt kompetanse på noen få temaer vil man også ha bedre grunnlag for å forsterke det politiske budskapet.

Synlighet

Hvordan kan Spire synes bedre i den norske offentligheten, i media og i offentlige rom? Selv nevner Spire foredrag, sosiale medier og kampanjen som muligheter for å bli mer synlige. Det å holde regelmessige seminarer, og lage rutiner for dette kombinert med medlemsverving, er et fjerde forslag fra Spire selv. Fagfellene mener Spire er synlige både innen sosiale medier, i kampanjene sine og ikke minst med seminar- og foredragsarbeidet sitt. Nettsiden er også en utnyttet mulighet til økt synlighet.

Kampanjen

Fagfellene mener som tidligere nevnt at det først og fremst er gjennom kampanjene sine Spire oppnår synlighet. Ved å samarbeide med andre organisasjoner om felles mål og sak, for eksempel under aksjoner og kampanjer, viser Spire at de både får mobilisert bredere og dermed får større oppslutning og kan bli enda mer synlige.

Sosiale medier

Når det gjelder sosiale medier er Spire aktiv på både YouTube, Facebook, Twitter, Flickr med mer. Spire er gode til å oppdatere disse, ikke minst i forbindelse med viktige tidspunkt som blandt annet mat-toppmøtet i Roma, og klimatoppmøtet i København. Bruk av sosiale medier er også et godt virkemiddel for mobilisering i forkant av marker-inger, aksjoner, med mer, noe NRKs intervju av Spire illustrerer i forbindelse med Global Wake Up call-aksjonen foran Stortinget: *“Leder Guri Storaas sier til NRK at hun er kjempefornøyd med oppmøtet i Oslo. Før aksjonen startet ante hun ikke hvor mange som ville delta. Invitasjoner var sendt ut gjennom flere sosiale nettsteder,”* (Spires kampanje-leder, intervjuet av NRK).

Fagfellene tror det er nyttig at Spire fortsetter å prioritere sosiale medier til fordel for media. Media utspiller sin egen rolle, samtidig er NRK viktig med henhold til folkeopplysningsaspektet. En eventuell realistisk mulighet for Spire er å prøve seg på NRKs regionale distriksendinger.

Nettsiden

Ved i større grad å henvende seg til målgruppen og i mindre grad til medlemmene, kan Spire raskt klare å forsterke folkeopplysningsaspektet på hjemmesiden. På en nettside er det viktig å vise hvilke temaer Spire faktisk jobber med. De som vurderer å bli medlem vil sannsynligvis bruke nettsiden før de gjør seg opp en mening. Hvis det de da finner er overvekt av interne organisasjonsaker, kan man få et misvisende inntrykk av at dette er

en organisasjon som ikke vil noe, at det er en såkalt selvoppholdende organisasjon. Man vil slik sett kunne miste potensielle medlemmer. En annen fallgrube er at engasjerte i Spire oppretter parallelle/egne nettsider. Dette er sjelden en suksess og noe fagfellene vil fraråde. Undergrupper som oppretter egne hjemmesider kan lett bli en "døgnflue", og bidra til et kaotisk bilde av organisasjonen utad. Det er viktig at temaene til de ulike utvalgene, lokallag og kampanjegruppen belyses på Spires hjemmeside, slik at ikke de ulike gruppene ønsker å skape sin egen.

Spire er gode til å gripe aktuelle hendelser, noe som også er viktig med tanke på synlighet. En annen måte å bli mer bevisst sin synlighet er å notere ned antall oppslag i media, foredrag - og seminar. Dette begynte sekretariatet med i 2008. For å kunne lage gode oversikter er det viktig at alle utvalg, lokallag og enkeltpersoner som holder foredrag etc. rapporterer inn sine aktiviteter til sekretariatet jevnlig. Det ville også vært nyttig om Utviklingsfondet hjalp Spire her.

Sør-perspektiver og samarbeid med Sør

Spire har et formelt partnerskap med Network for Youth Development, NfYD Malawi gjennom utvekslingsavtale med LNU/ Fredskorpset Ung. NfYD er et bredt ungdomsnettverk. Foruten NfYD er det YEN i Zambia Spire har mest kontakt med. I tillegg har Spire kontakter i Mellom-Amerika, Ghana, Etiopia og Zambia. Fagfellene mener dette utgjør gode muligheter til å utvikle interessante nettverk, og til å få nye kilder som kan benyttes til å fremme Sør-perspektiver og synspunkter fra Sør innen de temaene Spire jobber med. Ikke minst kan Ghana bli viktig for Norge med henhold til olje. Når det gjelder Etiopia, hadde man tidligere mange sosiale bevegelser, men nå er det stramt handlingsrom både for nasjonale og internasjonale NGOer. Landgrabbing er viktig som tema her.

I samtale med to av representantene fra NfYD Malawi som besøkte Spire høsten 2009, la de vekt på at de følte at de hadde rom til å påvirke Spires arbeid i Norge. Blant annet følte de seg godt inkludert på Spires årsmøte (stormøte). De følte at Spire la forholdene til rette for at de skulle kunne delta med sine synspunkter, for eksempel ved at de holdt hele Stormøtet/ årsmøtet på engelsk. Også i sitt informasjonsmateriell er Spire gode til å ha engelske oversettelser. Videre følte representantene fra NfYD at deres forslag og synspunkter ble anerkjent. De henviste til at Landgrabbing ble kampanjetema for 2010, et tema de hadde stemt for.

Fagfellene mener at alt tyder på at selve samarbeidet med NfYD Malawi fungerer godt. Når det gjelder temaer, kunne det nok styrke Spires arbeid å samarbeide med Sør-organisasjoner eller globale partnere som i større grad arbeider med sammenfallende temaer som Spire (matsuverenitet, handel, landgrabbing). Samtidig ønsker fagfellene å understreke at Malawi i seg selv kan være interessant når det gjelder mange av Spires temaer, til tross for at NfYD ikke fokuserer i så stor grad på disse temaene. Malawis fortid som tidligere koloni og diktatur har påvirket handlingsrommet for sivilsamfunnet. Det kan slik sett være positivt for sivilsam-

"Jeg lærer vanvittig mye av å være med i Spire, fordi jeg møter så mange folk som kan så mye. Spire er en inspirasjon for meg. Veldig lærerrikt og engasjerende!"

(medlem i et av utvalgene)

“Spire har tilstrekkelig solid grunnstruktur. De trenger ikke bruke mer tid på vedtekter og politiske plattformer ”

Arvid Solheim, (tidligere daglig leder i Utviklingsfondet.)

“Det er viktig at de nye som verves kommer til noe – at de blir trukket inn der det allerede er aktivitet, for eksempel i kampanjen”

funnsorganisasjoner i Malawi å samarbeide med sivilsamfunnsorganisasjoner i andre land. Det kan også hende NfyD kan ha større fordeler av å samarbeide med Spire enn omvendt. Dette bør uansett tas med i betraktning når man skal vurdere partnerskapet.

Ved valg av nye Sør-partnere kan det styrke Spires arbeid å i større grad tenke Sør-partnere som er relevante for Spires Nord/Sør-informasjon. En mulighet er å dra større nytte av Utviklingsfondets nettverk. Det ville være en styrke å få inn Sør-perspektiver fra globale sosiale bevegelser, som for eksempel Via Campesina. LAG har ungdomsutveksling med blant annet MST - de jordløses bevegelse i Brasil. Man trenger ikke nødvendigvis å inngå formelle samarbeid, men bevegelser som disse kan være nyttige for Spire å opprette kontakt med, lytte til, eller om ikke annet, referere til i opplysningsarbeidet sitt. Også Fellesrådet for Afrikas samarbeidsorganisasjoner i Afrika kan være gode kilder for Spire.

I og med at Spire er gode til å plukke opp internasjonale studenter, har de også gode muligheter til å skaffe seg kontakter/nettverk ved å bygge videre på relasjonen til disse. Ikke minst kan relevante Sør-perspektiver plukkes opp gjennom de ulike internasjonale foraene Spire deltar i, for eksempel FAO-møtene, klimatoppmøtene, med mer.

Organisasjonsbygging

Gjennom prosessene har Spire vært opptatt av at de ønsker å finne grep for å kunne bygge organisasjonen. Struktur, vervestrategier, kontinuitet, medlemsvekst og lokallag er temaer som har gått igjen.

Fagfellene tror mange av nøklene her ligger både i kampanjearbeidet, samt i å forsterke det politiske budskapet. I stedet for å bruke møter på diskusjon av medlemsrekruttering og hvordan å få nye medlemmer aktive, kan man i stor grad oppnå dette gjennom utadrettet virksomhet som for eksempel kampanjen. Å øke det politiske fokuset kan også virke som en motor for økt aktivitet, medlemsvekst, tiltrekking til lokallag, osv. Fagfellene støtter synspunktet om at Spire har det som trengs av strukturer, interne dokumenter, vedtekter, plattformer, osv. Viktige grep kan, som Aksel Nærstad understreker, i stedet være: *“Det å fysisk dra rundt, være proaktive, snakke med folk, få tak i lederne for andre organisasjoner, lage arrangementer som tiltrekker folk, drive nettverksbygging, ringe rundt og holde kontaktene varme”*. Et Spiremedlem i et av utvalgene ønsker seg en verveblokk på innerlomma, slik at man enkelt kan verve medlemmer samtidig som man gjør noe annet. Fagfellene vil likevel understreke at de mener Spire ikke trenger flere medlemmer for å få mer politisk gjennomslag.

Lokallag - Utvikling innenfra

Ifølge lokallagene selv er de fornøyd med den balansen som er mellom lokallagene og Kjernegruppen. De føler de er selvstyrte, men setter samtidig pris på at de har en rød tråd til arbeidsområdene sentralt (i Oslo).

Videre er lokallagene fornøyd med oppfølgingen fra sekretariat og kontakten med Kjernegruppen. Lokallagene forteller at de både får god informasjon fra sekretariatet, i tillegg til at representanter fra Kjernegruppen stiller opp ved å besøke dem. *”Det er fint at de har et blikk mot oss, at kommunikasjonen er åpen.”* I samtale med lokallaget i Bergen stilte vi spørsmålet *”Hvordan kan Kjernegruppen i Oslo bidra bedre i å styrke dere?”* Dette er et spørsmål kjernegruppen ofte har stilt seg selv. Svaret fra lokallaget i Bergen var *”Vi vet ikke om Oslo kan gjøre noe særlig mer. Det er vi i Bergen som må gjøre en god del selv”.*

”Vi er veldig stolte av Spire. De er en enorm ressurs for oss og de utfordrer oss”

Aksel Nærstad

Fagfellene vil si seg enig i at det er den saken gjelder som best kan forbedre sitt arbeid. Fagfellene anbefaler Spires kjernegruppe å overlate utforming og oppbygging av lokallag og utvalg til disse selv. Det er også i tråd med tanken om ”utvikling innenfra”. Dette innebærer at Kjernegruppen kan holde seg til hva de i Kjernegruppen kan gjøre. Å bruke tid på å snakke om ”hva andre kan gjøre”, enten dette er undergrupper eller lokallag, mener fagfellene man langt på vei bør nedprioritere. *”Det fine med Spire er at det er autonome grupper, der man kan drive med det man brenner for,”* (representant for et av utvalgene).

Kontinuitet

Hvordan skape kontinuitet? Kontinuitet har vært et gjentatt spørsmål i de ulike prosessene under fagfellevurderingen. Fagfellene ga Spire følgende oppgave: *”Ta et lite tankeeksperiment og reis ca. tre år frem i tid. Du er fortsatt aktiv i Spire, og Spire har blitt det beste Spire kan bli. Lev deg inn i situasjonen. Hva er det med Spire som gjorde at du valgte å fortsette som aktivt Spire-medlem?”*

Det mange i dagens Spire fremhever som viktige faktorer for å bli værende, er listet opp i spalten til høyre på side 15.

Trekke inn igjen tidligere aktive

Andre muligheter for å øke kontinuiteten kan være å trekke inn igjen tidligere aktive. Personer som tidligere har vært aktive i Spire fremhever at det er behov for å skape møteplasser eller rom i Spire der de kan komme tilbake og bidra. Noen av de som tidligere har hatt sentrale posisjoner understreker at de fortsatt har engasjement og ønske om å bidra i Spires arbeid.

Nedenfor er det satt opp noen nøkler til hvordan å skape kontinuitet basert på Spires medlemmers egne refleksjoner.

- Interessante og relevante temaer er viktig (slik de er i dag)
- At man får jobbe med saker man brenner for
- At det er en ”grønn linje” som går igjen i det Spires medlemmer gjør og står for
- At Spire er synlige
- At samarbeidsmiljøet er godt og inspirerende
- Å ha det gøy er viktig
- At det er sosialt, og at man føler seg som en del av en engasjert gjeng
- Å ha gode venner i Spire er viktig
- At man gjennom Spire får kontakt med ungdomsorganisasjoner i Sør
- At det å være med gjør at man utvikler seg og lærer nye ting, samt lærer av hverandre
- At det er lett å engasjere seg her, at det er rom for initiativ
- Handlingsrom til å bestemme selv hva en ønsker å engasjere seg i
- At det er lett å påvirke organisasjonens retning
- Mulig å være aktiv uten å bruke ”all” sin tid på Spire
- Hver enkelt motiverer hverandre
- At det er rom for å lære av hverandre
- At gode verdier ligger i bunnen
- At Spire er oversiktlig og har et klart fokusområde
- At man alltid blir møtt med vennlighet
- At man blir hørt og sett som individ
- At man vet hva slags styrker de ulike medlemmene har, slik at disse kan utnyttes
- Gjennom å merke at det å bidra i Spire utgjør en forskjell
- Ved gjennomslag, slik at man bidrar til å endre de grunnleggende urettferdige strukturene globalt

”Spire er en stor gruppe med ressurspersoner spredd over hele verden, som går inn og ut av Spire... Det er viktig at noen nye tar initiativet. Som tidligere veldig aktiv kan man være lei av å ta initiativ. Noen av oss trenger hjelp til å gjøre vegen tilbake lettere.”

Fagfellene mener det kan være en mulighet å trekke inn igjen tidligere aktive, spesielt de som fikk et avbrekk på grunn av et utenlandsopphold, eller lignende. Flere av disse brenner fortsatt for de politiske områdene og temaene Spire jobber med. Det disse konkret ønsker seg er møteplasser, å bli inkludert i de sosiale arrangementene, bli brukt som ressurspersoner, få direkte forespørsler om å sitte i et politisk utvalg, samt å motta informasjon slik at man kan holde seg orienterte.

“Det jeg er mest imponert over er det at de stiller opp kveld etter kveld frivillig – det å bruke av dyrebar fritid for å forbedre verden er i seg selv veldig bra”

Sigurd Jorde (Utviklingsfondet)

Konkrete innspill fra en tidligere aktiv er: *” Fortsett å sende oss de gode informasjonsskrivene. Hvis de politiske utvalgene kan lage gode saksnotater (på tema/politikk) - hadde det vært en ypperlig mulighet til å følge med.”*

Andre forslag fra tidligere aktive er å opprette en alumnigruppe, ”ekspertråd”, eller få invitasjon til for eksempel: ”Kom og prat 5 minutter på KG møtene”.

”Hvis Spire klarer å finne måter å holde på folk i sentrale posisjoner på, eller å integrere ”gamle” Spirer i eksisterende strukturer kan dette gi god læringseffekt. Dette kan være en måte å mobilisere og å samle folk på,” (tidligere aktiv i Spire).

Bevissthet rundt målgruppe/ selvforståelse

Spires definerte målgruppe er unge mennesker, men de understreker at alle er velkomne til å bli medlem av Spire. Av Spires aktive medlemmer er det overvekt av ungdom rundt 22-30 år, såkalt ”eldre ungdom”, som også gjerne er studenter innen miljø- og utviklingsorienterte fag. Fagfellenes inntrykk av Spires aktive medlemmer er at de kjennetegnes av god faglig kunnskap, er akademisk orienterte og allerede har god organisasjonserfaring. I tillegg har de et genuint ønske om å forandre verden. De fleste har allerede organisasjonserfaring og gjerne et uteopphold eller to i bagasjen. Det er mulig miljøet slik sett i større grad vil tiltrekke seg andre akademisk orienterte, politisk aktive og allerede interesserte medlemmer, heller enn de helt unge, uerfarne ungdommene. Dette er det viktig å være seg bevisst når det gjelder hvem man snakker til. Selv om man naturlig sett tiltrekker seg likesinnede, er det fint om man i opplysningsarbeidet likevel klarer å nå ungdom, for eksempel ved folkehøgskoler, videregående, og ikke minst i regionene. Å plassere temaene inn i en kontekst er da viktig.

Samarbeid med andre

Spire deltar blandt annet i Handelskampanjen og i Forums arbeidsgrupper, med flere, og får skryt for dette. Fagfellene tror det i tillegg kan styrke Spires gjennomslag å samarbeide med andre organisasjoner om felles kampanje.

Rekruttering fra andre ungdomsorganisasjoner

Samarbeid med ungdomsorganisasjoner kan også være nyttig for Spire, for å få økt rekruttering. I mange ungdomsorganisasjoner er man ved fylte 25 år ”ferdig”, og vil trenge et nytt ”rom” for engasjementet sitt. Her kan Spire spille en viktig rolle, ved å være attraktiv for ”eldre ungdom” som allerede har kunnskap, kompetanse og organisasjonserfaring. Natur og Ungdom kan være en slik organisasjon å tenke strategisk sammen med, og å rekruttere fra. Natur og Ungdom kan også være en hjelp til Spire med arbeidet med å tydeliggjøre sine politiske mål.

”En rolle Spire kunne tatt er å være den som etablerer flere sosiale arenaer for ungdomsorganisasjonene. Invitere NU, OD, Changemaker med flere på møter,” (tidligere Spire leder.)

Distriktene

Fagfellene tror også Spire har mulighet til å nå nye grupper som andre organisasjoner i mindre grad greier å nå. Gjennom landbrukslinjer på videregående skoler og høyskoler kan Spire nå distrikts-Norge. Andre kanaler til distriktene kan være å knytte bånd til Senterpartiets ungdom. Norsk folkehjelps ungdom, bygdeungdomslaget og 4H er andre muligheter.

For å tiltrekke seg medlemmer som eventuelt ønsker å bygge lokallag, tror fagfellene Spire gjør lurt i å fortsette fokuset opp mot universitet og høyskoler med landbrukslinjer og utviklingsfaglig fokus, som for eksempel Ås, Universitetet i Oslo, NTNU og høyskoler med fagtemaer.

Forholdet til Utviklingsfondet

Både ansatte i Utviklingsfondet og tidligere aktive som fagfellene har snakket med, mener Spire beveger seg fremover i riktig retning. Ansatte i Utviklingsfondet understreker at Spire er en stor ressurs for Utviklingsfondet, blant annet ved at de bidrar til å utfordre Utviklingsfondet.

Det er viktig å fortsette med å holde en åpen dør, ifølge ansatte i Utviklingsfondet. *”I den nye politikk/informasjonsavdelingen ønsker vi å inkludere Spire mer,”* sier daglig leder i Utviklingsfondet. I tillegg kan en felles kampanje være en mulighet. Men Utviklingsfondet understreker viktigheten av at Spire får velge sine temaer og tiltak for kampanjen selv. Det som eventuelt er en mulighet ifølge Utviklingsfondet, er å legge temaene såpass tett opp til hverandre at man kan dra i samme retning. En idé flere i Utviklingsfondet skisserer, er at Utviklingsfondet kan stå for kampanjens faglige innhold, samt holde fokus på media, mens Spire tar hovedansvar for ”stunt” og utadrettete tiltak på gateplan.

”Jeg har kun positive ting å si om Spire... Proffe kampanjer, de når frem i media og er på dagsorden.”

Knut Harald Ulland (daglig leder i Utviklingsfondet.)

Hovedkonklusjoner og anbefalinger

Spire er en unik ungdomsorganisasjon i Norge, der utvikling og miljø ses i sammenheng. De får gjort mye av høy kvalitet med få ressurser. Det er behov for en organisasjon som dette. Spire består av noen få veldig aktive personer, som er godt skolert og holder faglig høy kvalitet. I tillegg våger de å bruke kreative virkemidler som skaper oppmerksomhet. Tematisk arbeider Spire med grunnleggende sammenhenger og årsaker, og alle deres temaer faller fint innenfor rammen av sentrale og aktuelle Nord/Sør-og utviklingsspørsmål. Fagfellene vil understreke at Spire har det som trengs for å lykkes. Nå er det bare å handle!

Kampanjearbeidet

Fagfellene mener kampanjearbeidet er en nøkkel til økt synlighet, politisk gjennomslag, medlemsverving med mer. I tillegg fremhever medlemmene selv at det er motiverende og virker samlende ved at det binder de ulike gruppene sammen. Slik sett kan det være en fordel å ha flere kampanjer gående i løpet av et år, eller la hver kampanje vare lengre.

I stedet for å velge nye temaer for kampanjen, ønsker Spire nå å rullere kampanjetemaet mellom de ulike utvalgenes/arbeidsgruppenes kjerneområder. Fagfellene synes dette er et meget godt grep. For det første slipper man å starte helt på bar bakke hver gang man skal starte en ny kampanje. For det andre får arbeidsgruppene synliggjort og brukt kunnskapen sin bedre.

Tydeligere politisk budskap

I likhet med Spire selv, mener også fagfellene det er viktig at Spire jobber med å få et tydelig, klart og spisset politisk budskap. Fagfellene mener Spire har solid nok kunnskap, og vil oppfordre Spire til å våge å vise at de tar stilling, tørre å være motstandere og tørre å provosere. Som ungdomsgruppe kan Spire med fordel ta opp flere kontroverser enn Utviklingsfondet. Dette kan bidra til at Spire styrker sin rolle som kritisk «vaktbikkje».

Organisasjonsbygging

Å bygge organisasjon er et tema Spires kjernegruppe snakker om. Det henvises ofte til hvordan å styrke lokallag og utvalg, samt form og organisasjonsstruktur. Medlemmer av utvalg og lokallag sier selv at de er fornøyd med Kjernegruppas innsats overfor dem, og at det er de selv som må jobbe med dette. Fagfellene støtter dette synet, samt understreker at i tråd med tanken om "utvikling innenfra" er det viktig å opprettholde det handlingsrommet de "autonome" gruppene har. Kjernegruppas fokus fremover bør slik sett være det politiske, utadrettede og strategiske. Kjernegruppa kan gjerne "bygge organisasjon" i form av

rekruttering og verving, men dette kan like gjerne gjøres gjennom handling og utadrettet virksomhet, som gjennom diskusjoner i Kjernegruppa. Fagfellene vil også understreke at Spire ikke er avhengig av flere medlemmer for å få økt politisk gjennomslag.

Bruk av sosiale medier som kanal

Spire er på Youtube, Twitter, Facebook, med flere. Her synliggjør Spire sine budskap, legger ut artikler, henvisninger til nettsidene sine og ikke minst verver medlemmer. Det er lett for folk å tegne seg som fan. Dette er gode verktøy for mobilisering som gjør det lett å gripe aktuelle hendelser.

Økt samarbeid med andre organisasjoner

Spire får skryt for sitt bidrag i Handelskampanjen og i Forums arbeidsgrupper, og bør fortsette med sine bidrag her. Fagfellene anbefaler i tillegg å forsterke samarbeidet med andre ungdomsorganisasjoner, spesielt med NU, samt å knytte bånd til distriktene.

- Fagfellene anbefaler å inngå samarbeid spesielt med NU og Changemaker om felles mål, aksjoner, kampanjer, enkeltsaker, med mer. NU kan også være en organisasjon å rekruttere medlemmer fra.
- Andre nettverk kan være Norges bygdeungdomslag, Senterpartiets Ungdom, samt 4H
- Utviklingsfondets nettverk er en stor mulighet for Spire. Ved å bruke Utviklingsfondet bedre, vil Spire øke sine kanaler.

Sørperspektiver og samarbeid med Sør

Fagfellene mener at alt tyder på at selve samarbeidet med NfYD Malawi fungerer godt. For opplysningsarbeidets del kan det heve kvaliteten å fremme perspektiver fra Sør-organisasjoner eller globale partnere som i større grad arbeider med sammenfallende temaer som Spire (for eksempel matsuverenitet, handel, landgrabbing). En mulighet kan være å opprette nye informasjonspartnerskap.

Kilder

Skriftlige kilder

Politisk Plattform for Spire, 26/10-2008. <http://www.u-fondet.no/filestore/MicrosoftWord-Politiskplattformvedtatt26.oktober2008.pdf>

Politisk Plattform for Spire, 27/9-2009.

Arbeidsplan for 2009.

Arbeidsplan for 2010.

Utviklingsfondets reviderte mål for informasjon, i Norads rammeavtale 2007-2011.

Spires rapportering til Norad 2008.

Rapport 2008: "Klima Sett fra Sør".

Visjonsdokument for Spire 2009-2013.

"Shit happens?" 2009: Kampanjebrosjyre om klimatilpasning og klimarettferdighet, 2009.

"ABC klimaforhandlinger COP 15. Vil du vite mer om Klimaforhandlingene i København 2009?", Brosjyre i forbindelse med klimatoppmøtet 2009.

"Grønn Illusjon? Et landbruk å bli mett av? Et landbruk for fremtiden?", Brosjyre i forbindelse med kampanjen 2008.

"Rettferdig handel - det må ikke nødvendigvis handle om vinnere og tapere", 2008.

Debattinnlegg i Dagens Næringsliv, 10/2-2010: "Vekst eller plyndring?" <http://www.utviklingsfondet.no/filestore/vekst-eller-plyndringDN10.feb.pdf>

Innlegg i Fanaposten, desember 2009: "Klimarealister eller klimafornekttere?"

http://www.utviklingsfondet.no/Utviklingsfondet_-_forsiden/Ungdomsorganisasjonen_Spire/Vare_temaer/Klima/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=2645

Global Wake up call-aksjonen 21/9-2009: <http://www.nrk.no/nyheter/norge/1.6784799>

Posisjonspapir om Nord/Sør-informasjon: <http://www.rorg.no/Artikler/462.html>

Posisjonspapir om Sør-perspektiver og samarbeid med Sør Vær Varsom plakat

<http://www.rorg.no/Artikler/463.html>

RORG-samarbeidets sentrale vurderingspunkter

Muntlige kilder

- 25.06.09: Innledende møte med Mina M. Nordstrøm, organisasjonssekretær.
- 09.08.09: Innledende møte mellom Kjernegruppen/styret i Spire og Judith Klein. Samtale om mål, fokus, avgrensning. Hva skal fagfellevurderingen ta for seg? Deltakere til prosjektgruppe foreslås.
- 14.08.09: Møte med Sigurd Jorde, informasjonsansvarlig Utviklingsfondet.
- 10.09.09: "Bestillingsmøte" med "prosjektgruppen" i Spire. Hvilke områder ønsker Spire å forbedre/utvikle? Tema, mål og formål med fagfellevurderingen.
- 13.09.09: Kampanje på T-banen i Oslo. Følge med på Spires kampanjestunt på T-banene i Oslo i forbindelse med valget + Spires høstseminar. Tema: Klimatilpasning.
- 21.09.09: Deltakelse på aksjon foran Stortinget. Spires aksjon var en del av den internasjonale Global Wake Up Call.
- 26.09: Deltakelse på Spires Stormøte/Årsmøte.
- 29.09.09: Møte med Patricia Sangaya og Madalitso Charles Phiri, Spires Sør-partnere fra Network for Youth Development, NfYD Malawi.
- 07.10.09: Møte mellom kampanjegruppen og fagfellene: Halle Jørn Hansen, Heidi Lundeberg, Guri Storås (forrige kampanjeleder) og Brita Brekk (ny kampanjeleder) og Judith Klein
- 30.10.09: Møte mellom fagfellene og Spires Kjernegruppe.
- 23.11.09: LØFT-prosess: Til stede: fagfellene, Spire, Sigurd Jorde(U-fondet).
- 26.01.10: LØFT-prosess: Diskusjonstorg med Kjernegruppen i Spire.
- 01.2010: Samtale med Sindre Thon Bråten.
- 17.02.2010: Samtale med Christoffer Klyve, leder Utenlandsavdelingen i Utviklingsfondet.
- 18.02.2010: Samtale med Arvid Solheim, tidligere daglig leder i Utviklingsfondet.
- 18.02.2010: Samtale med Lene Omdal fra lokallaget i Bergen.
- 19.02.2010: Samtale/intervju med Aksel Nærstad.
- 22.02.2010: Samtale med Bastian Klunde, tidligere leder av Spire.
- 23.02.2010: Samtale med Knut Harald Ulland, daglig leder i Utviklingsfondet.
- 23.02.2010 Samtale med Hanna Kvamsås, GMO-utvalget.
- 26.02.2010: Samtale med Sigurd Jorde, informasjonsansvarlig Utviklingsfondet.
- 27.02.2010: Presentasjon på Spires hyttetur, Hønefoss.

Oversikt over aktører fra Spire som har medvirket i fagfellevurderingen og bidratt aktivt i prosessene:

Elisa Gasperini, Mina Mælum Norstrøm (org.sekr), Christian Bull (leder), Raed Merriam, Sindre Thon Bråten, Ida Søggen Tveit, Odilia Häussler Melbøe, Brita Brekke, Guri Storås, Ana Veronica Roman, Johanne Sæther Houge (tidligere leder), Trygve Larsen Morset, Mari Haave Sveen, Stefan Kistler, Elisabeth Helseth, Sigurd Jorde (U-fondet).

RORG-samarbeidet

Storgata 11, 0155 Oslo, Telefon: 23 01 03 00 Faks: 23 01 03 03

Felles e-post: rorg@rorg.no

<http://www.rorg.no/>

