2021

Demokratiuppdraget

Delrapport 1

Dnr 1.3.8-2020-595

Regeringsuppdrag från Kulturdepartementet

Uppdrag till Sametinget att stärka samers förutsättningar
att delta i demokratiska beslutsprocesser och i det offentliga samtalet

SAMETINGET Box 90, 981 22 Giron/Kiruna. Tel 0980-780 30, kansli@sametinget.se

FÖRORD

Sametinget fick under 2020 i uppdrag av Kulturdepartementet att genomföra folkbildande och kunskapshöjande insatser för att stärka samers och särskilt unga samers intresse och möjligheter att delta aktivt i demokratin. Uppdraget syftade särskilt till att nå personer som inte deltog aktivt i politiskt arbete eller kände sig delaktiga i demokratin. Sametinget fick använda högst 1 000 000 kronor för uppdraget, som skedde inom ramen för den nationella kraftsamlingen, i samband med demokratins 100-årsjubileum.[1]

Till projektet anställdes en projektledare. Från Sametingets sida valdes en styrgrupp för uppdraget samt en arbetsgrupp från Sametingets ungdomsråd, SUR. Sametinget deltog i samråd med Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor, MUCF samt ett inspirationsmöte som arrangerades av bl.a. Kommittén Demokrati 100 år (KU 2018:02). Samverkan skedde med Sametingets kommunikatör och Samiskt informationscentrum, SIC.

Under projektet gjorde Sametinget en informationssatsning i sociala medier i samband med anmälan till sameröstlängden och en demokratikalender i sociala medier i december, med fokus på demokrati, urfolksrätt och mänskliga rättigheter. Sametinget beställde tre animerade filmer med fokus på information om Sametinget, sametingsval och FN:s urfolksdeklaration. Sametinget tog genom projektet fram underlag för ett tryckt informationsmaterial för unga samer och ett underlag för ett tryckt material om samisk demokratiutveckling. Arbetet med färdigställandet av materialen fortsätter 2021.

Sametinget drabbades liksom övriga samhället av effekterna från covid-19. Möjligheterna till fysiska aktiviteter var begränsade och aktiviteterna genomfördes huvudsakligen digitalt. I denna delrapport presenteras främst det arbete som skedde under hösten 2020.

Vid pennan, Ylva Holmberg, projektledare för demokratiuppdraget.

Giron/Kiruna, januari 2021

Anita Kitok,
t.f. kanslichef

Sámediggi
Sámedigge Sámiediggie Saemiedigkie Sametinget

[1] Regeringen, Kulturdepartementet. Regeringsuppdrag från Kulturdepartementet. https://www.regeringen.se/regeringsuppdrag/2020/04/uppdrag-till-sametinget-att-starka-samers-forutsattningar-att-delta-i-demokratiska-beslutsprocesser-och-i-det-offentliga-samtalet/ [Hämtad 2021-01-28].

Förord ... 1
Arbetet med uppdraget ... 3
Bakgrund ... 4
Sametingets tolkning av uppdraget ... 5
Samråd och samverkan ... 6
Utgångsläge och utmaningar ... 7
Genomförande av uppdraget ... 8
Reportage ... 9
Anmälan till sameröstlängden ... 10
Tryckt informationsmaterial: ”Ung och delaktig” ... 11
Sametingets demokratikalender ... 12
Animerad film: ”Vad är sametinget?” ... 14
Animerad film: ”Vad är sametingsvalet?” ... 14
Animerad film: ”FN:s urfolksdeklaration” ... 15
Resultat ... 16
Sammanfattning och fortsatt arbete ... 25
Referenser ... 26

ARBETET MED UPPDRAGET

Den första delen av demokratiuppdraget ägde rum från slutet av september 2020 tills början av 2021. Rapporten behandlar de aktiviteter som genomfördes under första delen av uppdraget och utgör den första delrapporteringen av demokratiuppdraget.

I samband med anmälan till sameröstlängden fanns det goda möjligheter till folkbildande och kunskapshöjande insatser med syfte att stärka deltagandet i demokratin och öka samhällsengagemanget bland samer och särskilt bland unga samer."[2] Därför genomfördes informationsinsatser i samband med anmälan till sameröstlängden med fokus på när, var, hur och varför anmälan skulle ske.[3] Insatserna ägde rum i Sametingets kanaler bl.a. genom förklarande filmer, som riktades till unga och till den samiska allmänheten. Aktiviteterna genomfördes på Facebook och Instagram och kompletterade den ordinarie kampanjaktiviteten som genomfördes av Sametinget i samband med röstlängdsanmälan.[4]

I december upprättades också en demokratikalender i sociala medier, med fokus på demokrati, mänskliga rättigheter och urfolksrätt. Kalendern var en allmänt folkbildande och kunskapshöjande insats som främst riktade sig till unga samer. Den hade också till syfte att informera den samiska allmänheten om sametingsvalet den 16 maj 2021. Till kalendern producerades tre beställda filmer som marknadsfördes vid- och efter kalenderns avslutning.

Därtill arbetade projektledaren med ett informationsmaterial som främst baserade sig på intervjuer med personer som engagerade sig i demokratifrågor för unga samer. Tanken var att skapa en produkt som kunde användas under lång tid, med fokus på demokrati, urfolksrätt och mänskliga rättigheter. Förhoppningen var att personernas berättelser skulle skapa intresse för unga att engagera sig i demokratin. Materialet tog upp bred information kring vad demokrati innebär och utgick bl.a. från regeringens demokratistrategi.[5] Sametingets kommunikatör arbetade därtill med framtagandet av ett informationsmaterial som hade fokus på den samiska demokratiutvecklingen i bred mening.

Eftersom projektet bl.a. inriktade sig till unga människor var det viktigt att tillföra ett ungdomsperspektiv. Två ledamöter från Sametingets ungdomsråd ingick i projektets arbetsgrupp. Sametingets ungdomsråd arbetar bl.a. med att stärka unga samers inflytande i Sametinget, skapa mötesplatser för unga samer, öka valdeltagandet hos unga samer och skapa internationell samverkan mellan samiska ungdomar i Sápmi.

---

[2] Regeringen, Kulturdepartementet. Regeringsuppdrag från Kulturdepartementet. 2020. s. 3.
[3] Anmälan utgör en förutsättning för att kunna rösta i sametingsvalet.
[4] Kampanjen genomfördes på Facebook: "Sametinget i Sverige" och på Instagram "Sametinget_sve".
[5] Regeringen, Kulturdepartementet. Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara. 2018. https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2018/06/strategi-for-en-stark-demokrati--framja-forankra-forsvara/ [Hämtad 2021-01-28].

BAKGRUND

Bakgrunden till projektet var en nationell kraftsamling som utgick från att det 2021 var 100 år sedan kvinnor och män fick allmän och lika rösträtt i riksdagen. Under 2020-2021 genomfördes därför en kraftsamling från regeringen som kallades för Demokratin 100 år. Målet var att främja en uthållig och levande demokrati genom stärkta förutsättningar för fler att kunna delta aktivt i demokratin. Därav skedde flera olika satsningar i samhället med syfte att främja delaktighet, deltagande och kunskaper om demokratin, samt satsningar som ämnade bidra till en stärkt demokratisk motståndskraft i samhället.[6]

Demokratiprojektets första del skedde i samband med anmälan till sameröstlängden, som föregick sametingsvalet 2021. Det första sametingsvalet hölls 1993 och då var antalet registrerade i röstlängden 5390 personer. Sedan dess har antalet registrerade i sameröstlängden stadigt ökat, men samtidigt har det skett en stadig procentuell minskning i valdeltagandet.[7] Det är inte känt hur stor andel av den totala samiska väljarkåren som är registrerad i sameröstlängden.[8] Eftersom anmälan till röstlängden är en förutsättning för att kunna rösta i sametingsvalet var det en målsättning i projektet att uppmuntra fler till att anmäla sig, samt att informera om anmälan.

En av projektets målgrupper var unga samer. Personer i Sverige under 30 år är underrepresenterade inom politiken. Vid de allmänna valen 2014 blev t.ex. bara 8 procent unga invalda som ordinarie ledamöter i kommun- och landstingsfullmäktige och 11 procent blev invalda i riksdagen.[9] Enligt Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor känner sig varannan ung person inte inkluderad i samhället. Det handlar t.ex. om bristande tillgång till mötesplatser och bristande förtroende för offentliga aktörer.[10] Vid intervjuer med företrädare för samiska ungdomsfrågor, framkom det i början av projektet också att ungas röster i det samiska samhället inte alltid upplevdes nå ut i politiken och i samhället.[11]

Vid sametingsvalet 2013 så var unga vuxna samer i åldrarna 18-30 en av de grupper som hade högst valdeltagande, med 57 procent. Däribland hade unga samer mellan 18-21 år det allra högsta deltagandet, med 69 procent.[12] Ett mönster som skiljer sig från nationella

[6] Regeringen, Kulturdepartementet, Regeringsuppdrag från Kulturdepartementet. 2020.
[7] Stefan Dahlberg & Ulf Mörkenstam. *”Valdeltagande i valet till Sametinget 2013”,* i Sametingsval. Väljare, partier och media, red. Ulf Mörkenstam, Stockholm: Santérus Förlag, 2016, s. 132-133.
[8] Dahlberg & Mörkenstam 2016, s. 132.
[9] Regeringen, Kulturdepartementet. Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara. 2018. s. 26.
[10] MUCF. Ungas sociala inkludering. https://www.mucf.se/ungas-sociala-inkludering [Hämtad 2021-01-28].
[11] Ylva Holmberg. Ungdomsrådets ordförande vill att fler unga anmäler sig till röstlängden. Samiskt informationscentrum, 2020-10-07. http://samer.se/5861 [hämtad 2021-01-28]; Ylva Holmberg. Vi kan inte styra vår framtid om vi låter andra ta besluten. Samiskt informationscentrum. 2020-10-01. http://samer.se/5862 [hämtad 2021-01-28].
[12] Författarna ville dock inte dra ”för stora växlar” kring valdeltagandet bland unga, utifrån urvalets storlek. Jmf. Dahlberg & Mörkenstam 2016, s. 134.

väljarundersökningar, där valdeltagandet länge varit lägst bland förstagångsväljarna.[13] Tidigt valdeltagande grundlägger valdeltagande senare i livet.[14] Det är därför viktigt att fler unga samer uppmuntras till röstlängdsanmälan, för att bidra med ungas röster i demokratin.

En av projektets målgrupper var personer som inte deltog aktivt i politiskt arbete eller kände sig delaktiga i demokratin. År 2013 anmälde sig 52 procent till sameröstlängden för att ge uttryck för samisk identitet och 37 procent utifrån viljan att påverka samepolitiken. Av den sistnämnda gruppen var det 74 procent som röstade, i förhållande till 53 procent som röstade av dem som gav uttryck för samisk identitet.[15] Önskan att påverka samepolitiken var signifikant starkare skäl för anmälan hos dem som bodde i Sápmi och viljan att anmäla sig för att ge uttryck för samisk identitet var signifikant viktigare för dem som bodde i övriga riket. Underliggande förklaringar var viktigare än bostadsorten som sådan, där det handlade om t.ex. skillnader i attityder och värderingar.[16] Det är dock noterbart i sammanhanget att det finns olika skäl till att anmäla sig till röstlängden som också hänger samman med benägenheten att rösta i sametingsvalet. Väljarundersökningen kring sametingsvalet 2013 påvisade också att icke-röstarnas viktigaste anledningar till att inte rösta var ointresse eller upplevt otillräckliga kunskaper för att kunna rösta.[17] Projektets förhoppning var därför att kunna nå personer med information om sametingsvalet och varför det är viktigt att rösta.

SAMETINGETS TOLKNING AV UPPDRAGET

Det samiska folket är en nationell minoritet och ett urfolk vilket ger en särskild folkrättslig ställning.[18] Urfolksrätten har koppling till demokratin för samer och för att projektet skulle nå sitt syfte var det viktigt att urfolksrätten fick ha en framträdande roll.[19]

Sametinget är en förvaltningsmyndighet och ett samiskt parlament med syfte att företräda det samiska folket. Det var viktigt att beakta de förutsättningar som finns hos ett organ med dubbla roller, vid genomförandet av projektet. Det handlade t.ex. om avvägningar kring vilka frågor som skulle behandlas inom projektet och vilka som bättre passade inom andra delar av verksamheten, samt avvägningar gällande projektets existens i förhållande till tjänstemannasidan och den politiska verksamheten . Det var också viktigt att projektet kompletterade annat demokratiskt arbete inom Sametinget.

---

[13] Oscarsson & Holmberg. Nya svenska väljare. Stockholm: Nordstedts Juridik, 2013, se Dahlberg & Mörkenstam 2016, s. 134.
[14] Holmberg & Oscarsson. Väljare. Svenskt väljarbeteende under 50 år. Stockholm: Nordsteds Juridik, 2004, se Dahlberg & Mörkenstam, 2016, s. 134.
[15] Dahlberg & Mörkenstam 2016, s. 144.
[16] Ibid, s. 143, 146.
[17] Ibid, s. 146-147.
[18] Sametinget. Är samerna ett urfolk? https://www.sametinget.se/urfolk [Hämtad 2021-01-28].
[19] Vid intervju med Sametingets folkrättsjurist förklaras tydligt kopplingen mellan demokratin och urfolksrätten. Ylva Holmberg. Allas lika värde och rätt. Samiskt informationscentrum, 2020-12-14. http://samer.se/5865 [Hämtad 2021-01-28].

Därtill var det viktigt att kontextualisera uppdraget för det samiska folket. Boken ”Sametingsval. Väljare, partier och media”, låg till grund för arbetet, genom att bidra med ökad kunskap om målgruppen och demokratiska frågor, kopplade till sametingsval.[20] Det var även viktigt att ha en kontinuerlig dialog med Sametingets kommunikatör, samt andra kollegor, för att ta tillvara på lärdomar kring tidigare informationsinsatser. Det var också viktigt att nå ut på samiska och svenska, inom olika delar av uppdraget.

SAMRÅD OCH SAMVERKAN

Sametinget initierade i december samråd med två representanter från Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor där fokus för samrådet låg på Sametingets uppdrag. Sametinget fick några råd från myndigheten som handlade om möjligheterna att trots pandemin initiera digitala träffar med ungdomar. Därtill påtalades vikten av att inkludera civilsamhället, för att nå ut till målgrupperna och de tipsade även om relevant material som de hade tagit fram. De ville därtill ha fortsatt kontakt med Sametinget vid en eventuell förlängning av uppdraget. Sametingets projektledare upplevde att det var det ett givande samråd, med en framåtskridande dialog kring utvecklingsmöjligheter i projektet.

Inom ramen för uppdraget hade också Sametinget i uppgift att samråda med Kommittén Demokrati 100 år (KU 2018:02). Sametinget deltog i oktober i ett inspirationsmöte ”Kamp och kalas” som bl.a. anordnades av dem. På träffen deltog föreläsare från olika myndigheter och organisationer som arbetade med jubiléet och där ingick även dialog med andra aktörer kring uppdragen och jubiléet. Sametinget kontaktade kommittén gällande användning av deras logga till informationsinsatserna, samt representanter från Projektet Demokrati100, från Kungliga Biblioteket gällande omarbetning och användning av deras arkivmaterial, samt annonsering av demokratikalendern på deras hemsida.

En viktig samverkan skedde mellan projektledaren och Sametingets ungdomsråd. Möten skedde under hösten mellan projektledaren och två representanter från deras sida som tillsammans med projektledaren diskuterade demokratiprojektet och dess utformning. Projektet hade dock en kort tidsmässig ram och projektledaren bedömde att det skulle ha funnits ännu bättre förutsättningar för samarbete och utbyte vid ett längre projekt.

Ungdomsorganisationen Sáminuorra delade material i sociala medier i samband med röstlängdsanmälan, för att påminna unga om att registrera sig. Projektledaren kontaktade både dåvarande ordförande för Sametingets ungdomsråd och ordförande för Sáminuorra med förhoppningen om delning av information på deras sidor, utifrån deras kontaktnät bland unga. Projektledaren beaktade också synpunkter från dåvarande ordförande för

[20] Boken baseras på en undersökning från 2013 som genomfördes bland samiska väljare i Sverige och Norge. Den beskriver resultat från första väljarundersökningen som gjorts i samband med valen till Sametinget i Sverige. Ulf Mörkenstam (red.), ”Sametingsval. Väljare, partier och media”, (Stockholm: Santérus förlag), 2016.

Sametingets ungdomsråd och ordförande för Sáminuorra vid utformningen av röstlängdskampanjen.

Samiskt informationscentrum var därtill en viktig samverkanspartner. De delade bl.a. reportage från projektet i sina kanaler, med fokus på ungas delaktighet i demokratin. De bidrog t.ex. också med att dela Sametingets film om FN:s urfolksdeklaration vidare. Även Sametingets kommunikatör var en viktig samarbetspartner utifrån hennes breda erfarenhet och kunskap kring informations- och kommunikationsinsatser till det samiska folket.

UTGÅNGSLÄGE OCH UTMANINGAR

Historiska och nutida händelser, som förtryck och oförrätter som skett mot samer, samt rasism och diskriminering som sker än idag, är frågor som påverkar samer när det gäller deltagandet i demokratin.[21] Det var ofrånkomligt vid projektets utformning att inte involvera och beakta dessa fakta, som har påverkat och påverkar samers villkor än idag.

Internationella organ som Europarådet och FN har länge kritiserat Sverige för att respekten för samers rättigheter som urfolk inte efterlevs och för att samer diskrimineras i det svenska samhället. Sametinget och Diskrimineringsombudsmannen, DO har länge pekat på behovet av förändring och åtgärder. De poängterar att utgångspunkten i ett arbete som bryter med arvet av kolonisering och diskriminering mot samer som urfolk bör vara i urfolks rättigheter. De menar att det är nödvändigt att förstå historien för att komma åt dagens problem.[22]

Det var en nödvändig utgångspunkt för projektet att projektet tog sitt avstamp i urfolksrätten och inkluderade en klarsynthet och ödmjukhet inför den bakgrund som finns, samt de implikationer som det kan ge för det jämlika deltagandet i demokratin.



"Vid forsarna mellan övre och nedre Kaitumjaure." Lappland, Gällivare socken, Norrkaitum. Foto: Ingemar Törnblom, Nordiska muséets arkiv.

[21] DO. Diskriminering av samer. do.se/globalassets/publikationer/rapport-diskriminering-av-samer.pdf [Hämtad 2021-01-28]; Sametinget. Behövs en sanningskommission? https://www.sametinget.se/sanningskommission [Hämtad 2021-01-28].
[22] Ibid.

GENOMFÖRANDE AV UPPDRAGET

Uppdraget handlade om att bidra med folkbildande och kunskapshöjande insatser kring demokrati för samer, med särskilt fokus på unga samer och samer som inte kände sig delaktiga i demokratin. Projektet skedde inom ramen för demokratins 100-årsjubiléum, som i sin tur bl.a. hade som mål att främja en uthållig och levade demokrati i hela landet.[23]

En stor del av projektets insatser skedde i digital form, utifrån corona-pandemin, men också utifrån att många och inte minst unga personer idag tar del av information online.[24] Betydelsen av sociala medier har ökat när det gäller kampanjarbete och opinionsbildning.[25] För ökad delaktighet i demokratin är det viktigt att fler får tillgång till kunskap, kompetens och verktyg för att kunna delta. Det är också viktigt att politiska processer tillgängliggörs.[26]

Valdeltagande är en central del i den representativa demokratin. Vid projektets genomförande, med flera månader kvar tills sametingsvalet var det förstås viktigt att beakta de kunskaper som finns kring sametingsval, men framförallt att tidigt informera om att sametingsvalet ägde rum, för att fler skulle kunna anmäla sig till sameröstlängden.

Demokratibegreppet angreps dock även bredare och möjligheten att informera om fler demokratiska frågor i samband med upptakten till valet togs tillvara genom projektet. Genom en bred informationsinsats om demokrati, mänskliga rättigheter och urfolksrätt, bedömdes fler kunna nås och intressera sig för olika demokratiska frågor.

De beställda animerade informationsfilmer som handlade om sametingsval, Sametingets roll i demokratin och FN:s urfolksdeklaration, d.v.s. breda frågor som rör demokrati. Filmerna var korta och informativa för att ge en överblick över breda demokratiska teman och syftade till att skapa intresse av att vilja veta mer om de teman som de behandlade.

I följande avsnitt presenteras de moment som initierades genom projektet, enligt nedan:

- reportage för webb och trycksak
- informationsinsatser inför anmälan till sameröstlängden
- demokratikalender på Instagram
- tre animerade filmer till sociala medier
- underlag för tryckt informationsmaterial

[23] Regeringen, Kulturdepartementet, Regeringsuppdrag från Kulturdepartementet. 2020.
[24] Jmf. t.ex. Internetstiftelsen. Svenskarna och internet 2020. https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/sammanfattning/ [Hämtad 2021-01-28]; Internetstiftelsen. Barnen och internet 2019. https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/barnen-och-internet-2019/, [Hämtad 2021-01-28].
[25] Regeringen, Kulturdepartementet. Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara, s. 13.
[26] Ibid, s. 43.

REPORTAGE

Under hösten skrev projektledaren reportage till informationsmaterialet ”Ung och delaktig”. Först spreds dock informationen på hemsidan samer.se som drivs av Samiskt informationscentrum.[27] De har till uppgift att öka människors kunskaper om samer och samisk kultur och syftet med verksamheten är att öka tillgången till information, göra den lättillgänglig och att främja information om det samiska samhället. Genom delning på en plattform som redan arbetade bl.a. med reportage, bedömdes allmänheten kunna delges informationen eftersom de redan var bekanta med sidan och dess innehåll.



”Man ska kunna ha möjlighet att göra sin röst hörd - på sitt modersmål”

2020-12-09 [Samhälle]
Saara Hermansson är lärare och artist. I båda sina yrken har hon valt att uttrycka sig på sydsamiska – ett språk som för henne inte alltid har varit helt sjä...

En vecka på instagram kontot @mittsapmi

2020-12-08 [Samhälle]
Under en vecka, hösten 2020 höll Juhán Niila Stålka i stafettpinnen och gav andra en inblick i sin vardag.

Politiskt engagemang skapar möjligheter

2020-10-22 [Samhälle]
Sanna Vannar är ordförande i ungdomsorganisationen Sáminuorra och hon tycker att ungas delaktighet är väldigt viktigt. - Ungdomar är framtiden, så vill man p...

"Det handlar om att tillvarata sin möjlighet att förändra"

2020-10-07 [Samhälle]
Anja Fjellgren Walkeapää är ordförande för Sametingets ungdomsråd. Hon vill tillsammans med ungdomsrådet att fler unga anmäler sig till röstlängden.

Bildkälla: http://samer.se/reportagearkiv?a=71

[27] Mer info på: http://samer.se/

ANMÄLAN TILL SAMERÖSTLÄNGDEN

I samband med anmälan till sameröstlängden lade projektledaren ut informationsmaterial på Instagram och på Facebook, för att informera om anmälan till sameröstlängden. Anmälan är viktig då den utgör en förutsättning för att rösta i sametingsvalet. I och med covid-19 och de begränsningar som pandemin medförde var det extra viktigt att nå ut med informationen digitalt. Informationen inriktades på konkret fakta om anmälan och bestod av filmer, reportage och viss text på samiska och svenska. Flera filmer inkluderade även text och uppläsning. Kampanjen ägde rum mellan den 8-20 oktober 2020.





Följande filmer producerade och lade projektledaren upp i sociala medier, för att fler unga skulle anmäla sig till röstlängden.

Video med tips till föräldrar till förstagångsväljare. Facebook & Instagram.	8/10
Reportage *Ungdomsrådets ordförande. Delning från samer.se. Facebook & Instagram*	9/10
Video riktad till unga som röstar för första gången. Facebook & Instagram.	12/10
Video med info: en vecka kvar tills anmälan stänger. Facebook & Instagram.	13/10
Delning *valmyndighetens info, Facebook*. Regler, på samiska och svenska, på Instagram.	15/10
Bilder med villkor för anmälan, på samiska och svenska. Facebook & Instagram	16/10
Video, en dag kvar tills anmälan stänger. Facebook & Instagram.	19/10
Video, idag stänger anmälan. Facebook & Instagram. Regler tvåspråkig, Facebook.	20/10

TRYCKT INFORMATIONSMATERIAL: ”UNG OCH DELAKTIG”

Projektledaren tog fram en relativt tidlös skrift om demokrati för unga samer, med fakta om demokrati och intervjuer, på svenska, med vissa avsnitt översatta till samiska. Skriften tog upp olika aspekter kring demokrati, så som rösträtten, sanningskommissionen, talmannens roll, allas lika värde och rätt, medias betydelse, språk och föreningsfrihet. Materialet utarbetades 2020, med stöd av Sametingets kommunikatör och bearbetades visuellt, genom beställd layout.[28] Planen är att upplagan på 3000 exemplar genom demokratiprojektets fortsättning ska distribueras t.ex. till skolor. Sametingets kommunikatör tog också fram ett underlag för ett tryckt material om demokratiutvecklingen i det samiska samhället.



Skriften ”Ung och delaktig” togs fram med information om demokrati för unga samer. Layout: Lady Stardust AB

[28] Lady Stardust AB tog fram skriftens layout och skötte visst redaktörskap. Sametingets kommunikatör skötte också redaktörskap och stod som ansvarig utgivare för skriften.

SAMETINGETS DEMOKRATIKALENDER

En demokratikalender utarbetades till Instagram, med korta informationsfilmer, länkar till reportage och annan information om demokrati. Materialet, utarbetades främst av projektledaren, men de animerade filmerna producerades av ett professionellt medieföretag.[29] Ingresserna till inläggen översattes till svenska och samiska.

Målgruppen var främst unga samer, men kalendern välkomnade förstås alla som ville ta del av innehållet och följa kalendern. Kalendern var en folkbildande och kunskapshöjande insats, med ett generellt demokratifokus. Den innefattade även information om mänskliga rättigheter och urfolksrätt. Reportage från samer.se delades genom kalendern för att de skulle få bättre spridning. Kalendern tog upp ett brett innehåll med fokus på teman som Sveriges grundlagar, FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN:s urfolksdeklaration, ILO 169, tips från Sametingets ungdomsråd om sametingsvalet, tips kring delaktighet i demokratin, samt info om sametingsvalet och om Sametinget.



Bildkälla: demokrati100.se

[29] Filmerna animerades och togs fram av företaget Styrka Media.

För att nå ut till allmänheten med information om kalendern och om demokratiprojektet utarbetade projektledaren ett pressmeddelande till Sametingets hemsida.[30] Pressmeddelandet delades bl.a. vidare via minoritet.se.[31] Demokratikalendern uppmärksammades av Sameradion & SVT Sápmi, vilket gjorde att fler människor nåddes av informationen om kalendern och om demokratiprojektet.[32] Information om demokratikalendern annonserades också ut via Projektet Demokrati100.[33]



Sámediggi
Sámedigge Sámiediggie Saemiedigkie Sametinget

TORSDAG 21 januari 2021

Hem | Sametinget | Politik | Miljö & Samhälle | Rennäring | Näring | Kultur | Språk | Press | Kontakt

Press

- Diarielista
- Dokumentbank
- Sametingets ledamöter
- Kortfakta om Sametinget
- Samerna i Sverige
- Samernas nationaldag 6/2
- Urfolksdagen 9/8
- Landsmötet år 1918
- Tal
- Uttalanden och deklarationer
- Pressbilder
- Logotyp

Sök på sametinget.se

Relaterat

Sametinget på Instagram
[LÄNK]

Uppdrag till Sametinget att stärka samers förutsättningar att delta i demokratiska beslutsprocesser och i det offentliga samtalet
[LÄNK] Regeringskansliet

Demokratikalender på Instagram i december

I december lanserar Sametinget en "Demokratikalender" via sin Instagram-kanal "sametinget_sve". Demokratikalendern är en folkbildande och kunskapshöjande insats, som särskilt riktar sig till unga samer, men som vem som helst kan ta del av, utifrån det blandade innehållet i kalendern.

Satsningen handlar i grund och botten om att informera för att öka delaktigheten i demokratin.

- Det kommer att vara en blandning av olika aspekter som är centrala i en demokrati. Fokus kommer att ligga på demokrati, urfolksrätt och mänskliga rättigheter. Bland annat kommer det i kalendern att finnas korta filmer, reportage och tips till dig som är ung och som vill engagera dig i demokratin, säger Ylva Holmberg, projektledare för Demokratiprojektet.

Bakgrunden till satsningen är att Sametinget fått ett regeringsuppdrag att stärka samers och särskilt unga samers intresse och möjligheter att delta aktivt i demokratin. Uppdraget syftar också till att nå personer som inte deltar aktivt i politiskt arbete eller känner sig delaktiga i demokratin.

- Det är ett brett och viktigt uppdrag, som vi jobbat med under hösten, säger Ylva.

Under hösten har Sametinget arbetat med att ta fram material som på olika sätt kan stärka möjligheten att delta i demokratin för de målgrupper som anges i uppdraget.

- Jag har i viss samverkan med Sametingets ungdomsråd arbetat med att ta fram Demokratikalendern, men jag har också arbetat med ett informationsmaterial till unga samer, säger Ylva Holmberg.

I samband med anmälan till sameröstlängden arbetade också projektledaren med att nå ut via Sametingets sociala medier, på Facebook och Instagram, som en del i projektets innehåll. Något som förhoppningsvis, med andra faktorer som tidigare annonsering i olika kanaler, medförde att många unga samer också anmälde sig till röstlängden.

- **Enligt röstlängdsstatistiken** var det 473 personer som var födda på 80- och 90-talet som hade anmält sig. Det var också 141 personer som var födda år 2000 och senare som hade anmält sig, av de som uppnått åldern för deltagande i röstlängden. Det är ju väldigt bra ur ett demokratiskt hänseende, konstaterar Ylva Holmberg.

Kontakt:

Ylva Holmberg,
projektledare för demokratiuppdraget
Tel: 063-450854, mobil: 073-0579683
ylva.holmberg@sametinget.se

Pressmeddelande om projektet.
Källa: Sametingets hemsida

[30] Sametinget. Demokratikalender på Instagram, https://www.samediggi.se/153896 [Hämtad 2021-01-28].
[31] Minoritet.se sprider information om urfolket samerna och om Sveriges fem nationella minoriteter. Mer information, https://www.minoritet.se/
[32] Sara Björne & Felicia Löfgren. Demokratikalender ska locka unga samer, Sameradion & SVT Sápmi. 2020-11-30. https://sverigesradio.se/artikel/7613026 [Hämtad 2021-01-28].
[33] Projektet Demokrati100, Sametingets demokratikalender, https://demokrati100.se/kalenderpost/sametingets-demokratikalender/ [Hämtad 2021-01-28].

ANIMERAD FILM: ”VAD ÄR SAMETINGET?”

I slutet av december presenterade projektet en animerad film om Sametinget.[34] Filmen belyste fakta om Sametinget och om de områden som Sametinget arbetar med, ur ett demokratiperspektiv. Tanken var att filmen skulle kunna användas under lång tid. Den spreds på Instagram, Facebook och Youtube. Ett medieföretag marknadsförde filmen.

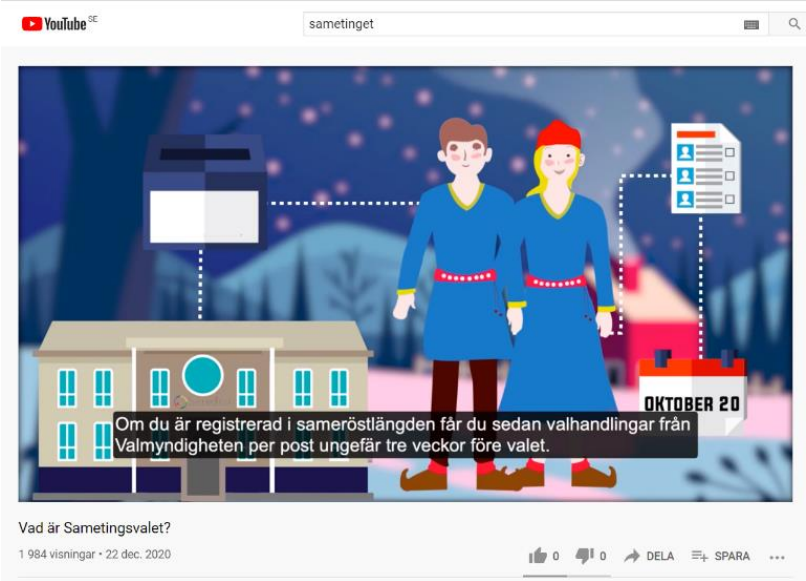


Bildkälla: Youtube

ANIMERAD FILM: ”VAD ÄR SAMETINGSVALET?”

Sametinget presenterade även en animerad film om sametingsvalet.[35] Filmen tog upp information om röstlängdsanmälan och röstning, samt att rösträtten är en viktig demokratisk rättighet. Tanken var att filmen skulle kunna användas under lång tid och den spreds på Instagram, Facebook och Youtube. Ett medieföretag marknadsförde även den filmen.

[34] Sametinget. Vad är Sametinget. https://www.youtube.com/watch?v=gXYaUuVwUBE [Hämtad 2021-01-28].
[35] Sametinget. Vad är sametingsvalet? https://www.youtube.com/watch?v=jIThegbwUvk [Hämtad 2021-01-28].



Bildkälla: Youtube

ANIMERAD FILM: ”FN:S URFOLKSDEKLARATION”

Projektet presenterade, efter förslag från Sametingets folkrättsjurist, en film om FN:s urfolksdeklaration.[36] Filmen tog upp grundläggande information om deklarationen samt informerade om dess innehåll, syfte och omfattning. Tanken var att filmen skulle kunna användas under lång tid. Den spreds på Instagram, Facebook och Youtube och ett medieföretag marknadsförde filmen.



Bildkälla: Youtube

[36] Sametinget. FN:s urfolksdeklaration https://www.youtube.com/watch?v=Uv53NecvFL8 [Hämtad 2021-01-28].

RESULTAT

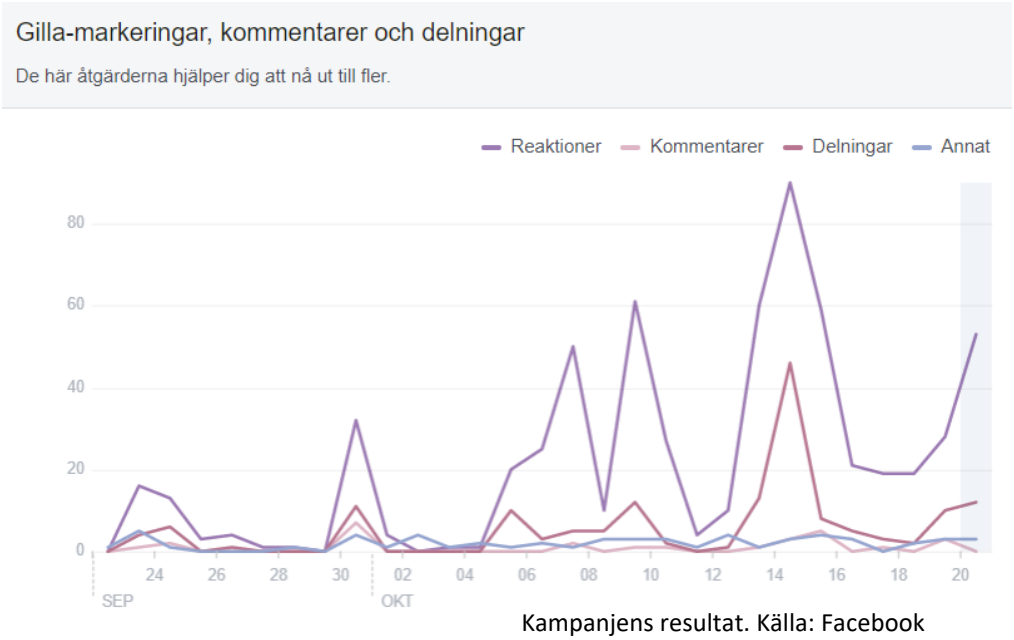
Facebook och Instagram hörde till de mest använda sociala medierna i Sverige, år 2020.[37] Drygt 9 av 10 internetanvändare i åldrarna 16 år och uppåt tittade dessutom på Youtube.[38] Informationsinsatser i dessa kanaler bedömdes därför kunna nå många människor, innefattande personer ur målgruppen. Sametingets Instagram-konto var dessutom nystartat vid projektets början och därför fanns potential att utveckla kanalen, för att bättre nå ut.

Sametingets Facebook-konto hade vid slutet av kampanjen den 20 oktober 1791 ”gilla-markeringar” och 1879 följare.[39]



Kampanjens utgångsläge, 8 oktober 2020. Källa: f.v. Instagram, Facebook

Här nedan syns utvecklingen på Facebook för antalet ”gilla-markeringar”, kommentarer och delningar under perioden. Det skedde en ökning av antalet reaktioner och delningar, men däremot inte någon större förändring av antalet kommentarer.



Kampanjens resultat. Källa: Facebook

[37] Internetstiftelsen, Svenskarna och internet 2020, s. 184.
[38] Ibid, s. 77.
[39] Samtidigt skedde även annan aktivitet från Sametinget på kontot under tiden och därmed bidrog kampanjen troligen endast delvis till utvecklingen.

Sametingets Instagram-konto hade 3 inlägg och 365 följare vid kampanjstarten. I slutet av den första kampanjen 12 dagar senare hade kontot 11 inlägg och 418 följare.[40] Eftersom kampanjen var den enda aktiviteten på kontot så går det att förutsätta att projektaktiviteterna bidrog till ökningen. Ökningen var positiv ur en demokratisk synvinkel, eftersom fler kunde få information om röstlängden. Därtill kan fler nås av info i framtiden.



Kampanjens resultat. Källa: Instagram

Valmyndighetens preliminära röstlängdsstatistik visade att antalet registreringar till röstlängden år 2020 blev 9201 personer, d.v.s. en ökning på 435 personer från år 2017.[41] Ökningen var dock inte nämnvärt annorlunda mot perioden 2013-2017 då röstlängden ökade med 444 personer. Samtidigt är resultatet positivt utifrån de förutsättningar som covid-19 skapade för Sametingets kampanjarbete.[42] Projektet bidrog troligen tillsammans med ordinarie informationsaktiviteter till fler registreringar.[43] Antalet som registrerade sig i åldersgruppen 1991-2000 ökade mellan 2017-2020 med 245 personer, till 808 personer. År 2013 bestod gruppen av 281 personer och 2017 bestod den av 563 personer.[44] Personer födda 2001-2010 ökade också med 108 personer, jämfört med 2017.[45] Unga som var födda mellan 1991-2010 stod för en ökning på 353 personer, eller ca 81 procent av den totala ökningen, mellan 2017-2020. Unga personer födda 1991-2010 utgjorde därför en stor andel av den totala röstlängdsökningen på 435 personer.[46]

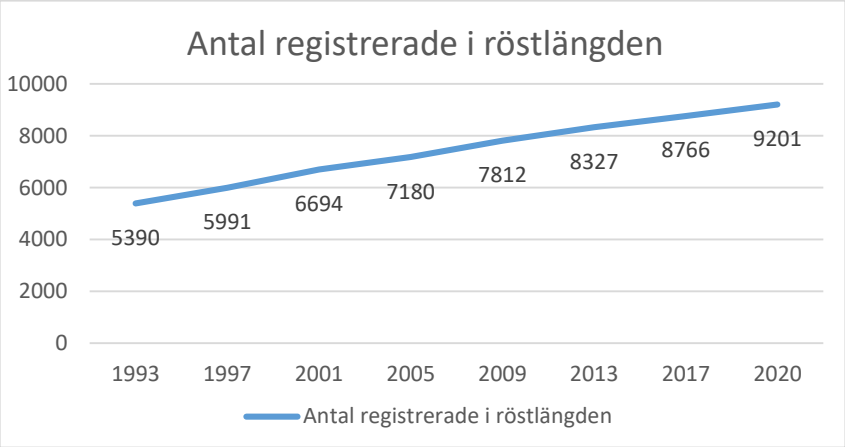
[40] Enligt information från Instagrams statistikverktyg, 8 oktober resp. 20 oktober.
[41] Valmyndigheten. Slutlig röstlängdsstatistik 2017. https://data.val.se/val/same2017/statistik.html [Hämtad 2021-01-28]; Valmyndigheten. Preliminär röstlängdsstatistik 2020 https://data.val.se/val/same2021/statistik.html [Hämtad 2021-01-28].
[42] Klara Lundmark. Pandemin har påverkat kampanjen för Sametingets röstlängd. Sameradion och SVT Sápmi. 2020-10-16. https://sverigesradio.se/artikel/7575950 [hämtad 2021-01-28].
[43] Sametinget annonserade utöver projektet bl.a. i Samefolket, Nuorat samt lokala annonsblad men även i sociala medier och på SVT Anslagstavlan.
[44] Valmyndigheten. Slutlig röstlängdsstatistik, 2013. https://data.val.se/val/same2013/statistik.html [hämtad 2021-01-28].
[45] Valmyndigheten, Slutlig röstlängdsstatistik 2017; Valmyndigheten, Preliminär röstlängdsstatistik 2020.
[46] Samtidigt skulle ännu mer specifik data behövas, för att analysera förändringar över tid för olika åldrar och t.ex. för unga personer. Det handlar t.ex. om data över mer exakt fördelning i specifika jämförbara åldrar. Det är också naturligt att den lägsta åldersgruppen ökar då fler når upp till åldern för registrering till röstlängden.

Fördelning baserad på ålder och kön

Födelseår	Antal	Andel
1911-1920	2	0,02%
1921-1930	99	1,08%
1931-1940	578	6,28%
1941-1950	1 283	13,94%
1951-1960	1 609	17,49%
1961-1970	1 830	19,89%
1971-1980	1 535	16,68%
1981-1990	1 349	14,66%
1991-2000	808	8,78%
2001-2010	108	1,17%
Summa	9 201	100,00%

Preliminär röstlängdsstatistik, 2020. Källa: https://data.val.se/val/same2021/statistik.html

Sameröstlängdens storlek har ökat stadigt under åren.[47] Den trenden bröts alltså inte trots pandemins effekter på kampanjarbetet. Samtidigt bör det noteras att siffrorna över röstlängden ännu var preliminära vid delrapportens fastställande.[48]



Antal registrerade i sameröstlängden. Källa: Valmyndigheten

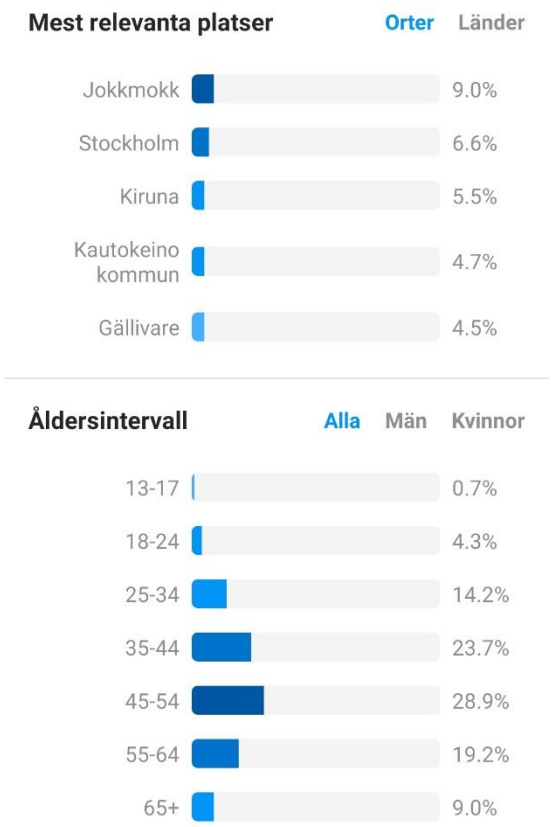
När det gällde demokratikalendern så var antalet följare på Instagram efter slutet av kalendern, den 31 december, 563 personer, d.v.s. ungefär 200 personer fler än de 365 personer som följde kanalen vid projektets start. Den 24 december så var antalet inlägg 43 stycken - att jämföra med 3 inlägg som var utgångsläget i oktober.[49] Den 24 januari, alltså en månad efter kalenderns avslutande inlägg (filmerna marknadsfördes även mellan jul och nyår) så var följarantalet 589 personer.[50]

[47] Dahlberg & Mörkenstam 2016, s. 133.
[48] Den slutliga röstlängden fastställs av valnämnden den 1 mars 2021.
[49] Instagrams statistikverktyg, 2020-12-24.
[50] Ibid. Eftersom merparten av kontoaktiviteterna tills dess bestod av projektets inlägg så kan det förutsättas att effekterna till stor del berodde på demokratiuppdragets aktivitet.

Följarna bestod i slutet av januari, främst av personer från Sápmi, men även från Stockholm. Största åldersgruppen var personer mellan 45-54 år. Intervallet för unga mellan 18-24 år stod för 4,3 procent och intervallet unga vuxna 25-34 år stod för 14,2 procent. Följarna var till 67,1 procent kvinnor.



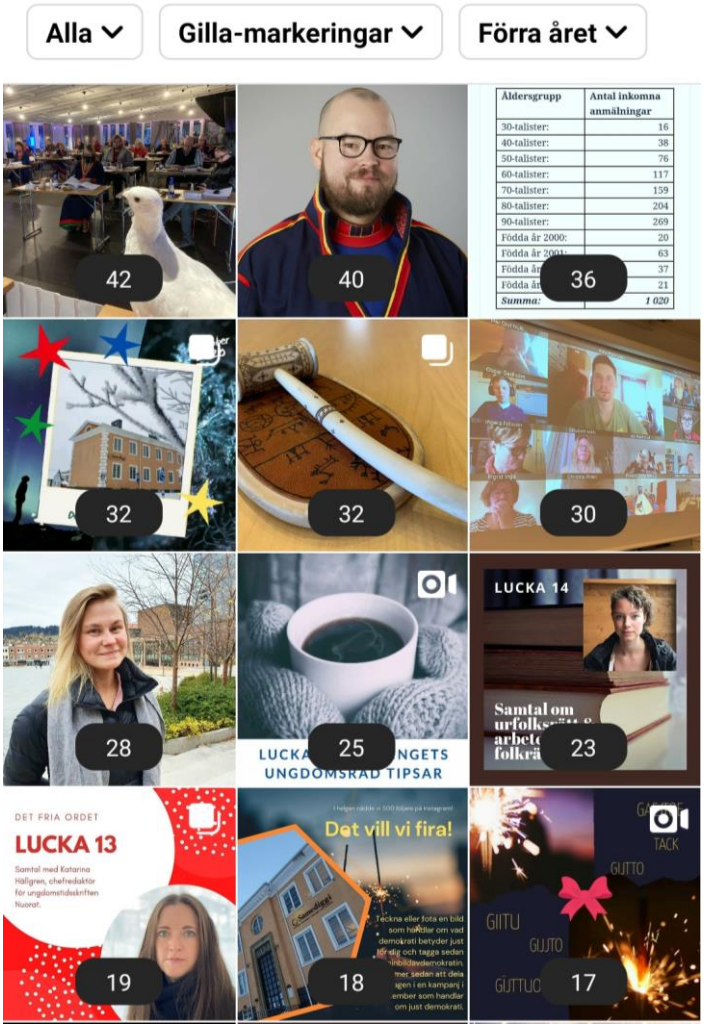
Könsfördelning hos följarna, 2021-01-21.
Källa: Instagrams statistikverktyg



Statistik över Instagram-följarnas demografi, 2021-01-21. Källa: Instagrams statistikverktyg

De inlägg som var populärast i demokratikalendern när det gällde räckvidd och antalet ”gilla-markeringar” tycktes bl.a. ha varit dem som inkluderade bilder på människor som företrädde demokratiska frågor för samer.[51] Noterbart är också att länkningen till reportaget med ungdomsrådets tidigare ordförande, som lades upp vid första kampanjen var populärt, samt inlägget med tips från ungdomsrådet i alla fall gällande antalet ”gilla-markeringar”.[52] Även inlägg med tydlig koppling till Sametinget och urfolksrätt nådde ut i fråga om räckvidd och antal ”gilla-markeringar”. Det var tydligt att den samiska prägeln var viktig för inläggens popularitet, men flera av inläggen med koppling till Sametinget, t.ex. kring Sametingets plenum lades upp utanför demokratiprojektets aktiviteter. De inlägg som var mindre populära var dem som inte hade lika uttalad och direkt samisk koppling.

[51] Enligt Instagrams statistikverktyg för räckvidd och ”gilla-markeringar”. 2021-01-21.
[52] Det ledde också tidigt till slutsatsen att reportage kunde vara en viktig del för att nå ut i projektet.



Kampanjens resultat för s.k. ”gilla-markeringar”. Källa: Instagram

De animerade filmerna som togs fram inom projektet marknadsfördes via en mediebyrå som fick information om målgrupperna och gjorde en allmän målgruppsanpassning utifrån det.[53]. Enligt mediebyråns rekommendation var det klokt att låta innehållet nå ut under en längre period, för att nå fler. Målbilden på Facebook och Instagram var att varje video skulle få möjlighet att nå 26 000-75 000 unika personer. Filmerna marknadsfördes också på Youtube. Marknadsföringen skedde i samband med jul- och nyår och fick bra spridning, enligt mediebyråns analys och kunskap inom området.[54]

[53] Mediebyrån i Norr AB skötte marknadsföringen. De kunde förstås inte specificera etnicitet vid målgruppsanpassningen utan gjorde i stället en mer allmän målgruppsanpassning.
[54] Det förklarade Sametingets kontaktperson vid Mediebyrån i Norr vid utvärdering av kampanjen.

Noterbart var att 67 354 personer tittade på hela videon om sametingsvalet, på Facebook och att även 70 577 personer tittade på halva videon. Det var höga siffror i förhållande till det totala antalet exponeringar på 73 328 stycken. Det var 1079 personer som såg hela videon om FN:s urfolksdeklaration och 133 personer som såg hela videon om Sametinget. FN:s urfolksdeklaration fick flest exponeringar, 149 153 stycken, men statistiken visar även att alla filmerna fick ett högt antal exponeringar på Facebook. Att videon om sametingsvalet gick bra skulle kunna ha att göra med att den berörde en aktuell fråga i tid, medan de andra filmerna berörde mer allmänna teman som inte på samma sätt var angelägna i tid.

Namn på Ad Set	Resultat	Exponeringar	Frekvens	Klick (alla)	Videovisning till 100 %	Videovisning till 50 %	3-sekunders videovisning
Vad är Sametinget?	760 Länkklick	91 985	2,54	2 429	133	344	11 579
FN:s urfolksdeklaration	421 Länkklick	149 153	2,98	3 208	1 079	1 473	18 484
Vad är sametingsvalet Video	69 939 ThruPlays	73 328	4,67	76	67 354	70 577	71 764
Resultat från 3 Ad Set	–	**314 466** Totalt	**3,36** Per person	**5 713** Totalt	**68 566** Totalt	**72 394** Totalt	**101 827** Totalt

Data över marknadsföringen på Facebook. Källa: Facebook for Business Ads Manager

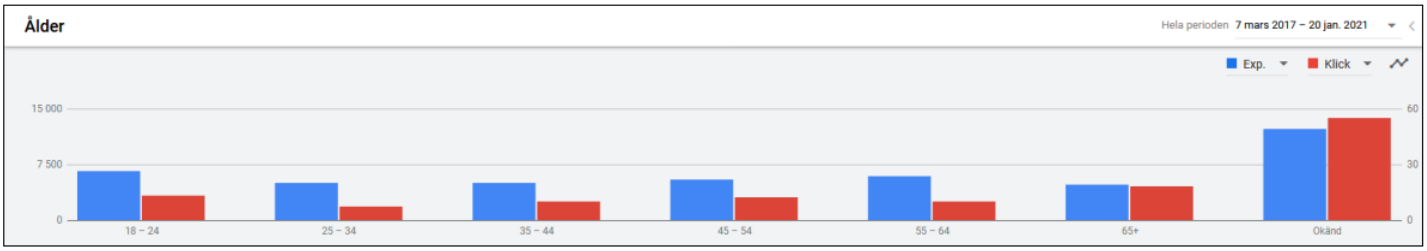
Statistiken kring marknadsföringen på Youtube visade att filmen om sametingsvalet även där visades mest: 21 534 gånger, jämfört med 15 991 gånger för FN:s urfolksdeklaration och 4507 gånger för videon om Sametinget. Videon om valet visade många gånger, men det var låg andel, 7,29 procent, som tittade på videons totala speltid. Näst bäst resultat fick videon om FN:s urfolksdeklaration, gällande antalet visningar och speltid. Att filmerna inte visades i stor utsträckning till sin helhet skulle kunna tala för att de upplevdes som för långa.

Annonsgrupp	Status	Valutakod	Högsta CPV	Gen. CPV	Typ av annons	Visn.	Visningsfrekvens	Gen. visningstid/	Synliga visn.	Spelad till 25 %	Spelad till 50 %	Spelad till 75 %	Spelad till 100 %
Vad är sametingsvalet?	Kvalificerad	SEK	1,5	0,6	InStream	21534	15,32%	18,5	20667	17,58%	10,84%	8,64%	7,29%
Sametinget FN:s Urfolksdeklaration	Kvalificerad	SEK	1,5	0,68	InStream	15991	13,39%	18,1	15174	12,53%	7,86%	5,98%	4,92%
Vad är Sametinget?	Kvalificerad	SEK	1,5	1,29	InStream	4507	11,47%	15,4	4283	10,96%	6,61%	4,52%	3,62%
				0,69		42032	14,17%	--	40124	14,95%	9,26%	7,19%	6%
Total/Snitt				0,69		42032	14,17%	18	40124	14,95%	9,26%	7,19%	6%

Data över marknadsföringen på Youtube. Källa: Google Ads

Vad gäller åldersspannet på dem som tittade på filmerna så var exponeringen högst för ”okänd ålder”, följt av åldersgruppen 18-24 år, vilket är positivt utifrån att det var just unga samer som var en av målgrupperna för projektet. De hade också förhållandevis högt antal klick. Däremot var antalet klick lägre för åldersgruppen 25-34 år. Könsfördelningen var relativt jämn, enligt den statistik som mediebyrån kunde ta fram genom Google Ads.[55]

[55] Enligt statistik kring könsfördelningen som Mediabyrån i Norr AB tog fram via Google Ads.



Demografi på Youtube. Källa: Google Ads

Det var noterbart att de län som hade högst exponering för filmerna var län utanför Sápmi. Här nedan visas en sammanställning av de tio län som hade högst exponering.

Plats	Budjust	Tillagda/utes	Platstyp	↓ Exponeringar	CTR
Stockholms län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	12 074	0,24 %
Västra Götalands län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	8 123	0,41 %
Skåne län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	6 147	0,23 %
Östergötlands län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 738	0,23 %
Jönköpings län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 390	0,36 %
Uppsala län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 293	0,23 %
Västmanlands län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 244	0,32 %
Södermanlands län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 238	0,48 %
Örebro län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 204	0,25 %
Hallands län, Sverige	–	Inget	Fysisk plats	1 193	0,25 %

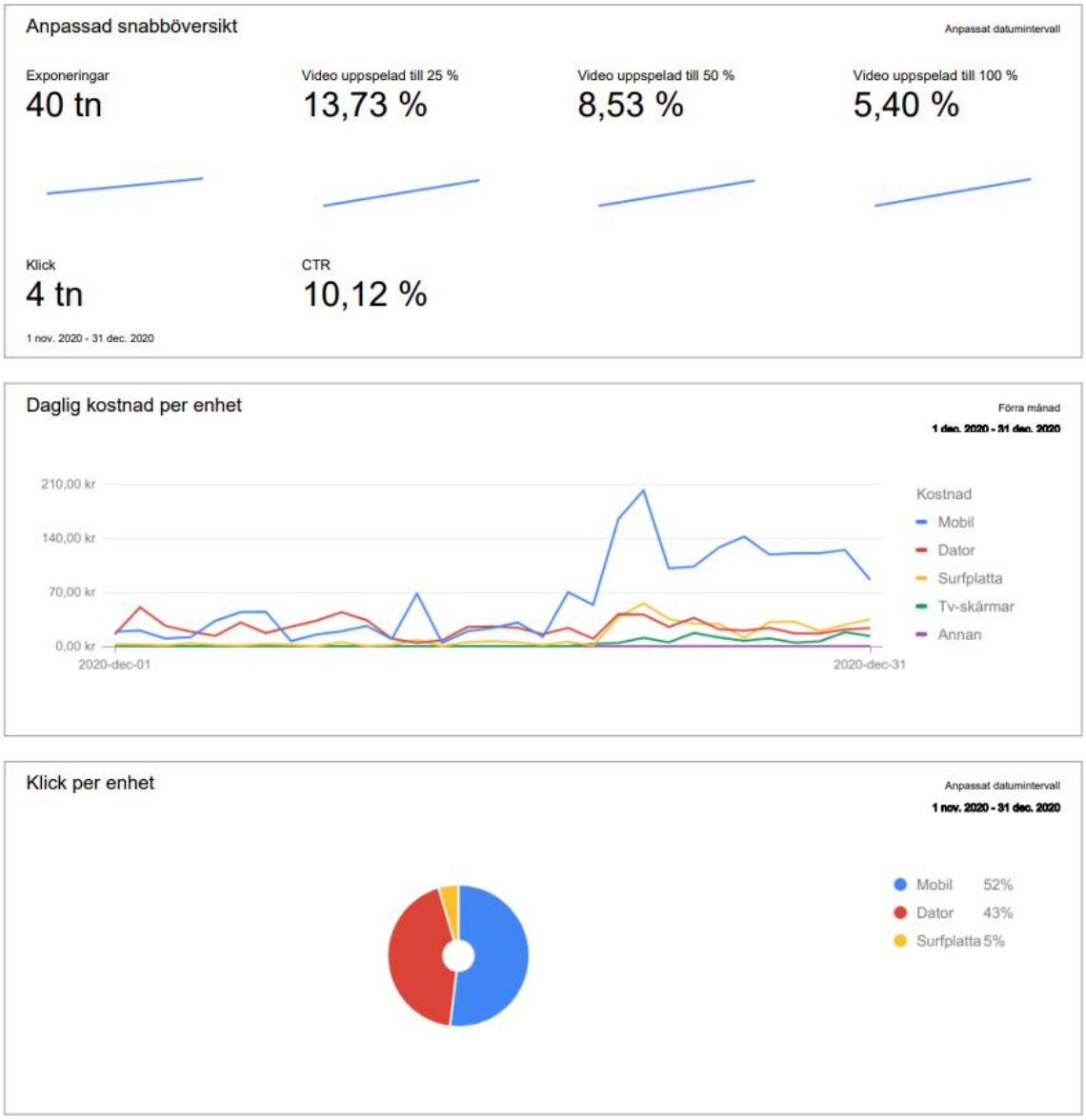
Källa: Google Ads

En översikt av kampanjen visade att filmerna på Youtube fick 40 000 exponeringar. Samtidigt fick filmerna låg andel som tittade på innehållet 25-100 procent av tiden, vilket talade för att filmerna upplevdes som för långa. Människor nåddes av informationen både via dator och mobil, vilket talade för att information även i fortsättningen bör anpassas för olika enheter.

Det är värt att notera antalet klick på filmerna om Sametinget och FN:s urfolksdeklaration, där trafiken enligt mediebyrån gick till Sametingets hemsida.[56] Mediebyrån menade att filmerna fick en bra andel klick per exponering, s.k. CTR, där 10 procent enligt dem är väldigt bra i förhållande till att avsändaren var en statlig myndighet och att det rörde allmän samhällsinformation. Sannolikheten för klick är också lägre på Youtube än i andra kanaler.[57]

Källa: Google Ads

[56] Här menar dock representanten från mediebyrån att det skulle gå att göra en ännu mer specifik analys av hur trafiken såg ut på Sametingets hemsida, efter att trafiken gick vidare dit.
[57] Enligt samtal med Sametingets kontaktpersoner på Mediabyrån i Norr AB.



Kampanjen totalt sätt på Youtube. Källa: Google Ads

Sammanfattningsvis gick videon om sametingsvalet bäst visningsmässigt på Facebook och Youtube, vilket skulle kunna ha att göra med att den berörde en aktuell fråga i tiden och det talar för vikten av att försöka lägga ut material i sociala kanaler i ”rätt tid”. Det var positivt ur ett demokratiskt perspektiv att videon om sametingsvalet nådde ut så pass väl eftersom den tog upp fakta kring valet och kring röstningen. Det bidrog till en konkret folkbildande och kunskapshöjande insats, vilket även övriga filmer bidrog till. När de sedan delades vidare i forumen kunde även fler nås, bl.a. troligtvis ur målgrupperna.

Generellt visades merparten av filmerna inte i stor utsträckning till 100 procent,[58] vilket skulle kunna tala för att de upplevdes som för långa i de respektive forumen. Samtidigt konkurrerade materialet förstås med annat material. Dessutom skedde distributionen under jul- och nyår , vilka är vältrafikerade tider i sociala medier. Sametingets kontaktperson på mediebyrån bedömde trots detta att filmerna nådde ut över förväntan. Det berodde enligt honom troligen bl.a. på ett väl genomfört marknadsföringsarbete, men även på bra animation. Det berodde också möjligen på ett behov av kort information kring dessa teman.

Att ännu bättre anpassa videomaterial och dess innehåll till olika sociala plattformar är ett utvecklingsområde. Mediebyrån tipsade om att hålla videomaterialet kortare och mer ”säljande” i fortsättningen för att nå ut, trots att det inte rör en kommersiell produkt. Längre filmer tjänar, menade de, på en kortare ”reklam”-version. De menade också att det snabbt ska gå att ta ställning till om man vill veta mer, efter att ha sett en väldigt kort del av videon. Även delar av styrgruppen poängterade vikten av kort och informativt material för att nå ut. Samtidigt är det är en utmaning att avväga behovet av att nå ut med samhällsinformation i sociala medier, mot den begränsade uppmärksamhet som människor kan ha i dessa kanaler, i dagens omfattande informationsflöde. Det kan hända att människor öppnar filmerna, men av någon anledning går över till annat material som för stunden är mer intressant. Anledningarna till de avbrutna visningarna kan säkert vara flera.

Det var viktigt att försöka nå samer över hela landet, det vill säga samer bosatta i Sápmi och i övriga riket. Därav var det positivt att de animerade filmerna nådde ut till hela landet och företrädesvis till övriga riket. Det skulle kunna gå att spekulera i att många av dem som tittade på filmen om sametingsvalet var samer, eftersom det är samer som deltar i sametingsvalet och som därför de facto främst berörs av filmen. Förhoppningsvis nåddes även samer av de andra filmerna och genom delning från andra aktörer nåddes också fler av informationen i olika kanaler. Samtidigt fanns det säkert också ett intresse hos andra personer för den kunskap som filmerna hade att förmedla och det är också positivt ur en demokratisynpunkt att fler får en högre kännedom om samiska frågor och urfolksrätt.

[58] Med undantag för filmen om sametingval visades i hög utsträckning både 50 och 100 procent.

SAMMANFATTNING OCH FORTSATT ARBETE

Demokratiuppdragets första del hos Sametinget ägde rum under hösten 2020 och utgjorde en del i den nationella kraftsamlingen kring demokratins 100-årsjubiléum. Projektet hade en kort tidsram, där projektledaren anställdes i slutet av september och arbetade med projektets genomförande under årets sista tre månader. Ett flertal aktiviteter roddes i hamn, trots projektets korta tidsram. Det finns också flera idéer för det fortsatta arbetet med uppdraget.

Samtidigt skedde demokratiprojektet utöver Sametingets ordinarie verksamhet som i stort handlar om demokratins förverkligande för det samiska folket. En ledamot ur styrgruppen tyckte att de förhållandevis begränsade ekonomiska resurserna för Sametingets verksamhet, i förhållande till det breda demokratiuppdrag som Sametinget har att genomföra, utgjorde en viktig kunskap att beakta i sammanhanget. Det var också viktigt att hitta en nisch där projektet kunde fylla en kompletterande funktion bland andra aktiviteter från Sametinget. Det var en viktig balansgång att definiera en partipolitiskt obunden väg, som samtidigt inte var värdeneutral eftersom projektet specifikt behandlade demokratistärkande åtgärder.

Projektet ägde rum i en tid som i mångt och mycket präglades av corona-pandemins effekter. De begränsade projektet så till vida att de fysiska mötena uteblev. Samtidigt blev den digitala sfären allt viktigare för att nå ut. Den digitala situationen försvårade det praktiska demokratiarbetet i vissa andra sammanhang,[59] men många lärdomar kunde i alla fall dras i detta projekt kring möjligheterna att nå ut till fler unga t.ex. via digitala kanaler.

Näthatets påverkan på det fria samtalet blev också tydligt under projektets gång. Vid marknadsföringen av filmen om FN:s urfolksdeklaration kom främlingsfientliga och rasistiska tongångar till uttryck i Sametingets sociala kanaler, på Facebook. Det rörde sig om främlingsfientliga och rasistiska kommentarer om samer, där allas lika värde och rätt inte respekterades. En sådan retorik hotar det demokratiska samtalet genom att skapa rädsla och hindra röster från att komma till tals.[60] Det samiska folket har utsatts för rasism och främlingsfientlighet och blir utsatta för det än idag. Det är frågor som samhället har att arbeta med, för att stärka samers demokratiska rättigheter. Det är också frågor som är viktiga för demokratiuppdraget. Samtidigt bör dessa frågor bemötas bredare än så.[61]

Det är viktigt att det fortsatta arbetet med uppdraget särskilt beaktar att samer är ett urfolk. Ett aktivt demokratiarbete anpassat för det samiska folket bör sätta urfolks rättigheter i centrum och bidra till att stärka kännedomen om urfolks rättigheter i demokratin.

[59] Plenum kunde exempelvis inte hållas digitalt. Sametinget, Corona-säkrat plenum i Arvidsjaur, https://www.sametinget.se/153470 [Hämtad 2021-01-28].
[60] Jmf t.ex. Regeringen, Kulturdepartementet, Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara, s. 33.
[61] ”Kunskapen om samers livsvillkor måste fördjupas och synliggöras i samhället, samtidigt som den samiska gruppens kunskap om rättigheter och arbete mot diskriminering ökar” DO, Diskriminering av samer, s. 39.

REFERENSER

Björne, Sara & Löfgren, Felicia. *Demokratikalender ska locka unga samer.* Sameradion & SVT Sápmi. 2020-11-30, https://sverigesradio.se/artikel/7613026, [Hämtad 2021-01-28].

Diskrimineringsombudsmannen (DO). *Diskriminering av samer.* 2008. do.se/globalassets/publikationer/rapport-diskriminering-av-samer.pdf [Hämtad 2021-01-28].

Holmberg, Sören & Oscarsson, Henrik. Väljare. *Svenskt väljarbeteende under 50 år.* Stockholm: Nordstedts Juridik, 2004.

Holmberg Ylva, *Allas lika värde och rätt*, Samiskt informationscentrum, 2020-12-14, http://samer.se/5865 [Hämtad 2021-01-28].
Holmberg Ylva, *Ungdomsrådets ordförande vill att fler unga anmäler sig till röstlängden*. Samiskt informationscentrum, 2020-10-07, http://samer.se/5861 [hämtad 2021-01-28].

Holmberg Ylva, *Vi kan inte styra vår framtid om vi låter andra ta besluten*, Samiskt informationscentrum, 2020-10-01. http://samer.se/5862 [hämtad 2021-01-28].

Internetstiftelsen. *Barnen och internet 2019.* https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/barnen-och-internet-2019/ [Hämtad 2021-01-28].

Internetstiftelsen. *Svenskarna och internet 2020.* https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/sammanfattning/ [Hämtad 2021-01-28].

Lundmark Klara. *Pandemin har påverkat kampanjen för Sametingets röstlängd*. Sameradion och SVT Sápmi. 2020-10-16. https://sverigesradio.se/artikel/7575950 [hämtad 2021-01-28].

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF). *Ungas sociala inkludering.* 2018. https://www.mucf.se/ungas-sociala-inkludering [Hämtad 2021-01-28].

Mörkenstam, Ulf (red.). *Sametingsval. Väljare, partier och media*, Stockholm: Santérus Förlag, 2016.

Oscarsson, Henrik & Holmberg, Sören. *Nya svenska väljare*. Stockholm: Nordstedts Juridik, 2013.

Projektet Demokrati100. *Sametingets demokratikalender*. 2020. https://demokrati100.se/kalenderpost/sametingets-demokratikalender/, [Hämtad 2021-01-28].

Regeringen, Kulturdepartementet. *Regeringsuppdrag från Kulturdepartementet*. 2020. https://www.regeringen.se/regeringsuppdrag/2020/04/uppdrag-till-sametinget-att-starka-samers-forutsattningar-att-delta-i-demokratiska-beslutsprocesser-och-i-det-offentliga-samtalet/ [Hämtad 2021-01-28].

Regeringen, Kulturdepartementet. *Strategi för en stark demokrati – främja, förankra, försvara*. 2018. https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2018/06/strategi-for-en-stark-demokrati--framja-forankra-forsvara/ [Hämtad 2021-01-28].

Sametinget. *Behövs en sanningskommission?* 2020. https://www.sametinget.se/sanningskommission [Hämtad 2021-01-28].

Sametinget. *Är samerna ett urfolk?* 2020. https://www.sametinget.se/urfolk, [Hämtad 2021-01-28].

Sametinget. *Demokratikalender på Instagram*. 2020. https://www.samediggi.se/153896 [Hämtad 2021-01-28].

Sametinget. *Corona-säkrat plenum i Arvidsjaur. 2020.* https://www.sametinget.se/153470 [Hämtad 2021-01-28].

Valmyndigheten. *Slutlig röstlängdsstatistik, 2013*. https://data.val.se/val/same2013/statistik.html [hämtad 2021-01-28].

Valmyndigheten. *Slutlig röstlängdsstatistik 2017*. https://data.val.se/val/same2017/statistik.html [Hämtad 2021-01-28].

Valmyndigheten. *Preliminär röstlängdsstatistik 2020.* https://data.val.se/val/same2021/statistik.html [Hämtad 2021-01-28].