
Forord

Sametinget ble opprettet for å sikre den samiske befolkningen økt medvirkning og innflytelse over saker som spesielt angår den samiske befolkningen og samiske områder. Den som vil ha stemmerett ved Sametingsvalget, må være registrert i samemanntallet, som ble vedtatt opprettet av det første Sametinget (1989). For å sikre den samiske befolkningen denne stemmeretten er det viktig at informasjon om manntallet og framgangsmåten ved registrering blir gitt i en form og gjennom kanaler som når fram til flest mulig.

Med forankring i den statlige informasjonspolitikken pålegg om plikt- og rettighetsinformasjon har Sametinget og Statskonsult (fram til 1.7.2001 Statens informasjonstjeneste) siden høsten 2000 gjennomført et samarbeidsprosjekt for å øke kjennskapen til samemanntallet og bidra til at flere registrerer seg.

Statskonsult/Statens informasjonstjeneste bistod Sametinget med å utvikle en prosjektplan for registreringsarbeidet i 2001. I etterkant er det gjennomført to undersøkelser - en kvantitativ breddeundersøkelse i mai 2001 og en kvalitativ dybdeundersøkelse våren 2002 - som danner grunnlag for den foreliggende rapporten.

Denne rapporten har to mål. Det ene er å dokumentere og evaluere arbeidet som ble gjort i forbindelse med kampanjen for registrering i 2001. Det andre er å etablere et grunnlag for Sametingets videre arbeid med registrering i samemanntallet og for utarbeidelse av en strategi for manntallsregistreringen.

Statskonsult takker prosjektgruppen og ledelsen i Sametinget for et svært godt samarbeid i dette prosjektet.

Arbeidet med rapporten er utført av rådgiverne Kjetil Hillestad, Lisbeth Udland Hansen og Ragnar Larssen i Statskonsult.

Oslo, november 2002

Jon Blaalid
direktør

Forord.....	1
Innledning.....	4
1 Sammen drag.....	6
1.1 Utviklingen i manntallet.....	6
1.2 Kommunikasjons- og servicepolitikk.....	6
1.3 Holdninger.....	6
1.4 Planmessig informasjonsarbeid.....	7
2 Samemanntallet.....	8
2.1 Hva er Samemanntallet?.....	8
2.2 Historikk og utvikling av manntallet.....	8
3 Den statlige informasjonspolitikken og sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk.....	11
3.1 Den statlige informasjonspolitikken.....	11
3.1.1 Hovedmålene.....	11
3.1.2 Prinsippene.....	11
3.2 Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk.....	12
3.2.1 Sametingets mål.....	13
3.2.2 Prinsipper.....	14
4 Holdningsendringer – kommunikasjonsfaglig grunnlag.....	16
5 Informasjonskampanjen 2001.....	24
5.1 Planlegging av informasjonskampanjen.....	24
5.1.1 Målformulering.....	24
5.1.2 Forankring av prosjektet.....	24
5.2 Organisering.....	24
5.3 Utforming av handlingsplan.....	26
5.3.1 Arbeidsseminarer.....	26
5.3.2 Handlingsplanen.....	27
5.4 Gjennomføring av kampanjen.....	28
5.4.1 Hva ble gjennomført.....	28
5.5 Resultater av kampanjen.....	33
5.5.1 Manntallsstatistikk.....	33
5.5.2 Sterk ungdomsvekst i samemanntallet.....	34
5.5.3 Nyrekruttering i alle landets fylker.....	34
5.5.4 Mange kommuner bidrar til vekst.....	35
5.5.5 Kommunevise bidrag.....	36
5.5.6 Måloppnåelse.....	38
5.6 Hvordan registreringen har foregått.....	38
5.6.1 Oppsummering av resultater fra manntallsregistreringen.....	42
6 Breddeundersøkelsen.....	44
6.1 Bakgrunn.....	44
6.2 Presentasjon og drøfting av undersøkelsen.....	45
6.3 Holdninger til Sametinget og samiske forhold.....	47
6.3.1 Holdninger til at Sametinget ble opprettet.....	47
6.3.2 Hva skal Sametinget ha myndighet over?.....	47
6.3.3 Påstander om Sametinget og samiske forhold.....	48
6.3.4 Hva bør Sametinget fokusere på?.....	50
6.3.5 Informasjon om Sametinget og samiske spørsmål.....	52
6.3.6 Informasjon om mulighetene for registrering i samemanntallet.....	53
6.3.7 Registrering i samemanntallet.....	55

6.3.8	Årsak til at man ikke har registrert seg i samemanntallet	56
6.3.9	Hva ville fått uregistrerte til å registrere seg i samemanntallet.	56
7	Dybdeundersøkelsen	59
7.1	Bakgrunn	59
7.1.1	Målgrupper, metode og utvalg	59
7.2	Funn fra intervjuene med fokusgruppene.....	61
7.2.1	Den enkeltes bakgrunn og forhold til det samiske – hovedfunn	61
7.2.2	Årsaker til registrering – hovedfunn	64
7.2.3	Registreringsatferd og hindre for registrering – hovedfunn.....	65
7.2.4	Konsekvenser av registrering – hovedfunn	67
7.2.5	Forventninger til Sametinget – hovedfunn.....	68
7.2.6	Tiltak for økt registrering – hovedfunn	70
7.3	Funn fra de personlige intervjuene.....	71
7.3.1	Samisk bakgrunn og tilhørighet	71
7.3.2	Holdninger til samiske institusjoner og samepolitikk	72
7.3.3	Holdninger til registrering og påvirkelighet.....	73
7.3.4	Tiltak for økt registrering	73
7.3.5	Oppsummering og kommentarer.....	73
8	Hva er utfordringene? Drøfting av kampanjen og undersøkelsene.....	75
8.1	Valg av målgrupper	75
8.1.1	Segmentering.....	75
8.2	Valg av kanaler.....	78
8.3	Valg av budskap	79
8.4	Valg av tidspunkt	80
9	Konklusjoner og anbefalinger	81
9.1	Anbefalte tiltak	82
9.2	Strategi	82

Vedlegg:

- 1 Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk
- 2 Handlingsplan for registreringskampanjen våren 2001

Innledning

I forbindelse med hvert valg til Sametinget har det vært igangsatt kampanjer for å få folk til å registre seg i samemanntallet for dermed å kunne bruke sin rett til å stemme ved valget. Sametinget tok kontakt med Statens informasjonstjeneste høsten 2000 for å få bistand til nye informasjonstiltak i forbindelse med registrering i samemanntallet. For å kunne stemme ved sametingsvalg må man være registrert i samemanntallet pr. 1. mai i valgåret. Sametinget ønsket i utgangspunktet hjelp til annonser og produksjon av innslag til Fulle 5. Sametinget og Statens informasjonstjeneste etablerte i januar 2001 et samarbeid om utviklingen av informasjon om innskrivingen i samemanntallet.

Prosjektet var todelt. I den første delen skulle SI bistå Sametinget i utvikling av en informasjonsplan for innskrivingen i samemanntallet fram til fristen for registrering. Deretter skulle det gjennomføres to undersøkelser med sikte på å lage en langsiktig strategi for innskriving i manntallet. Den ene skulle være kvantitativ og gjennomføres våren 2001, den andre kvalitativ med gjennomføring våren 2002. Den kvantitative undersøkelsen skulle også fungere som en del av evalueringen av registreringsarbeidet våren 2001. I denne rapporten kaller vi den kvantitative undersøkelsen for *breddeundersøkelsen* og den kvalitative for *dybdeundersøkelsen*.

Det ble gjennomført flere møter med prosjektledelsen i Sametinget høsten og vinteren 2000/2001. Resultatet av disse møtene var en handlingsplan for informasjon om innskriving i samemanntallet fram mot 1. mai 2001.

Prosjektet ble delt inn i sju faser. Tabellen under viser de ulike fasene med aktiviteter og produkter og når de ble gjennomført.

FASER	AKTIVITET/PRODUKT	GJENNOMFØRT
1. Forankringsfase	Prosjektplan	Desember 2000
	Underskrevet avtale	Desember 2000
2. Kartleggingsfase	Kommunikasjonskart	Desember 2000
	Relasjonsanalyse	15. januar 2001
	Gjennomføring av seminar for prosjektgruppen og referansegruppen	16. januar 2001
3. Analysefase	Analysenotat fra Statskonsult med analyse av Samemanntallet og anbefalinger og forslag til tiltak	26. januar 2001
4. Planleggingsfase	Arbeidsseminar med prosjektgruppen og referansegruppen	13. februar 2001
	Handlingsplan for informasjonsaktiviteter	26. februar 2001
5. Gjennomføringsfase	Handlingsplanen benyttet	1. mai 2001
	Kvantitativ undersøkelse gjennomført	Mai 2001

6. Evalueringsfase	Rapport fra kvantitativ undersøkelse – ”Hva mener du?”	22. august 2001
7. Videreføringsfase	Kvalitativ undersøkelse gjennomført Rapport fra kvalitativ undersøkelse – ”De nye samene” Analyserapport med råd til det videre strategiarbeidet. Plan for videre strategiprosess i sametinget Kommunikasjonsstrategi som grunnlag for videre handlingsplan	1. mai 2002 November 2002

I kapittel 2 i denne rapporten tar vi opp bakgrunnen for prosjektet, samemanttallets historikk og utviklingen i manntallet fra 1989 til 2001.

Kapittel 3 vurderer den statlige informasjonspolitikken og Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk i forhold til manntallet.

I kapittel 4 presenterer vi det analytiske rammeverket som ligger til grunn for arbeidet som er gjort og for de analysene som foretas i rapporten. Hovedinnfallsvinkelen blir i hvilken grad de ulike gruppene er berørt av spørsmålet, og om de er seg dette bevisst eller ikke.

Kapittel 5 er en presentasjon av arbeidet som ble gjort i forbindelse med registreringen forut for sametingsvalget i 2001 og kommentarer til resultatene av dette arbeidet.

Kapittel 6 presenterer funnene fra den kvantitative breddeundersøkelsen som ble foretatt i 2001.

Kapittel 7 presenterer den kvalitative dybdeundersøkelsen fra 2002 og foretar en sammenstilling av funnene fra de to undersøkelsene.

Kapittel 8 er et drøftingskapittel, der erfaringene fra arbeidet i 2001 og funnene fra de to undersøkelsene blir sett i forhold til kommunikasjonsfaglige analyser. I dette kapitlet gis det også anbefalinger i forbindelse med valg av målgrupper, kanaler, budskap, valg av tidspunkt og arenaer.

Kapittel 9 inneholder konklusjoner og konkrete anbefalinger fra Statskonsult til hvordan Sametinget kan arbeide videre med informasjon om samemanttallet.

De mange elementene som prosjektet har bestått av, gjør at rapporten blir ganske omfattende. Statskonsult mener at det er tjenlig med en rapport som samler kunnskap og erfaring, setter de forskjellige elementene sammen og gir grunnlag for å se framover.

1 Sammendrag

1.1 Utviklingen i manntallet

Antallet registrerte personer i Samemanntallet økte fra 5.497 i 1997 til 10.094 ved utgangen av 2001. Manntallet er sterkt mannsdominert med 64 prosent menn og 36 prosent kvinner. Fram til siste valg (2001) har unge vært underrepresentert, men dette er ikke lenger tilfellet. Økningen i manntallet skjer nå i stor grad utenfor de samiske kjerneområdene. Det kan se ut som om de som nå lar seg registrere, har en annen oppfatning av hva det vil si å være samisk. De er også usikre på hvordan de vil bli mottatt i det samiske miljøet.

1.2 Kommunikasjons- og servicepolitikk

Sametinget har i prosjektperioden vedtatt en egen kommunikasjons- og servicepolitikk. Den er i tråd med prinsippene i den statlige informasjonspolitikken og legger blant annet spesiell vekt på viktigheten av muntlig informasjon. Det er viktig at kommunikasjons- og servicepolitikken legges til grunn for informasjonsarbeidet omkring samemanntallet.

1.3 Holdninger

Rapporten tar opp problemstillinger omkring målgruppenes holdninger til Sametinget og samemanntallet. Det som ses på som viktig, er hvordan folks posisjon er i forhold til kriteriene for registrering i manntallet, hvor mange egenskaper de forbinder med manntallet, om de har en positiv eller negativ vurdering av det samiske og i hvilken grad de har mulighet og motivasjon til å bearbeide den informasjonen de får om Sametinget, samemanntallet og det samiske. Med utgangspunkt i funnene fra de ulike undersøkelsene presenterer vi her i rapporten seks hovedmålgrupper for kommunikasjonsarbeidet, nemlig de som er:

1. Positivt søkende

I denne gruppen finner vi personer som har mulighet og motivasjon til å bearbeide informasjon. De knytter relativt få egenskaper til manntallet, men har en positiv oppfatning av det samiske. Ut fra undersøkelsene som er gjennomført kan det se ut som om dette er yngre personer som befinner seg i perifere samiske områder og som i liten grad behersker samisk. De er usikre på om de er velkomne i det samiske samfunnet.

2. Positivt bekreftende

Dette er de som forbinder mange egenskaper med det samiske. De er positive, har høy motivasjon og muligheter for å bearbeide informasjon. Dette er i stor grad personer i samiske kjerneområder. Deres oppfatning av det samiske vil kunne være forskjellig fra de positivt søkende. De vil også kunne være usikre på hvor velkomne samene fra mer perifere samiske områder er.

3. Positivt ignorerende

I denne gruppen finner vi de som er positive til det samiske, forbinder få egenskaper med det samiske, er lite motivert og har liten mulighet for å bearbeide informasjon. Dette vil i stor grad være yngre personer i perifere samiske områder.

4. Negativt ignorerende

Disse tilsvarer gruppen over, men er negative til det samiske.

5. Positivt avsluttet

Denne gruppen består av personer som forbinder mye med det samiske, er positive, men som ikke har mulighet eller motivasjon til å bruke mye energi på å bearbeide informasjon. Dette kan være fordi de har gjort dette tidligere. I denne gruppen vil en kunne finne en eldre gruppe enn i gruppene over. Det kan for eksempel være personer som har flyttet fra samiske områder.

6. Negativt søkende

I denne gruppen finner vi personer som er negative til det samiske, men som er motivert og har mulighet til å bearbeide informasjon. De knytter få egenskaper og lite kunnskap til det samiske.

En person kan operere i ulike grupper avhengig av situasjonen. Det er derfor viktig å finne den riktige arena for informasjonsarbeidet.

Det er også viktig at budskap og kanal er tilpasset den enkelte. For personer som er motivert og har muligheten til å bearbeide informasjon, er det særlig innholdet i informasjonen, budskapet, som har betydning. Det må inspirere den tankemessige prosessen hos den enkelte. Når det gjelder mottakere som ikke er motivert eller har muligheter, er det viktigere å tenke på form, avsender og på informasjon som påvirker den følelsesmessige prosessen. For disse blir det viktigere å finne mer pågående kanaler.

1.4 Planmessig informasjonsarbeid

I undersøkelsene kommer det fram at hovedårsaker til at folk ikke registrerer seg er at de ikke oppfatter det som viktig for sin egen del og at de ikke kjenner til hva Sametinget arbeider med. Det er derfor viktig at Sametinget systematiserer informasjonsarbeidet mot alle som er registrert i manntallet. Det bør også være strategien for registreringsarbeidet i hele perioden.

2 Samemanntallet

2.1 Hva er Samemanntallet?

Da Sametinget ble opprettet i 1989, var det behov for å avklare hvem som skulle ha stemmerett ved valgene til Sametinget, og det ble vedtatt opprettet et eget valgmanntall, samemanntallet. Alle norske samer over 18 år eller som fyller 18 år i valgåret, har rett til å registrere seg i samemanntallet og stemme ved sametingsvalg. Det samme gjelder for samer fra Finland og Sverige, som er folkeregistrert som bosatt i Norge 31. mars valgåret, og samer fra Russland som har vært folkeregistrert og bosatt i Norge i tre år.

Kriteriene for å kunne registrere seg i manntallet inneholder et objektivt og et subjektivt element, nemlig at man

- oppfatter seg selv som same
- har samisk som hjemmespråk, *eller* at minst en av foreldrene, besteforeldrene eller oldeforeldrene har eller har hatt samisk som hjemmespråk, *eller* at man er barn av en som allerede er registrert i samemanntallet.

For å bli registrert i manntallet må man fylle ut et skjema. Dette sendes enten til bostedskommunen eller til Sametinget. For å ha stemmerett ved valg til Sametinget må man sende inn skjemaet før 1. mai i valgåret.

2.2 Historikk og utvikling av manntallet

Ved det første Sametingsvalget i 1989 var det 5497 registrerte samer. Ved utgangen av 2002 var antallet registrerte økt til 10 094.

Utviklingen i antallet registrerte i samemanntallet:

	1989	1993	1997	2001
Antall	5497	7241	8672	10 094
Endring i %		31,7	19,7	16,4
Endring i antall		1746	1431	1422

I tabellen på neste side er det en oversikt over antall nyregistrerte i 2001, totalt manntallsførte pr. 15.1.2001, totalt manntallsførte pr. 14.12.2001 og andel av hele befolkningen over 18 år. Tallene er delt opp på kjønn og alder.

KJØNN	NYREGISTRERTE I ÅR 2001 (ANDEL I % AV NYREGISTRERTE)	TOTALT MANNTALLSFØRTE PR.15.01.2001 (ANDEL I % AV MANNTALLSFØRTE)	TOTALT MANNTALLSFØRTE PR.14.12.2001 (ANDEL I % AV MANNTALLSFØRTE)	ANDEL AV HELE BEFOLKNINGEN OVER 18 ÅR
Kvinner	594 (36.8)	2 940 (35.8)	3 652 (36.2)	50.5%
Menn	1 020 (63.2)	5 276(64.2)	6 442 (63.8)	49.5%
ALDER:				
18-25 år	534 (33.1)	303 (3.7)	821 (8.1)	11.4%
25-40 år	473 (29.3)	2 388 (29.1)	2 869 (28.4)	29.5%
41-60 år	419 (26.0)	3 485 (42.4)	3 933 (39.0)	33.9%
Over 60	188 (11.6)	2 040 (24.8)	2 471 (24.5)	25.2%
Total	1 614 (100.0)	8 216 (100.0)	10 094 (100.0)	100%

Pr. januar 2001 var det registrert 8216 personer i manntallet. Av disse var 2940 kvinner og 5276 menn. Bare 303 personer under 25 år var da registrert. Kvinner og personer under 25 år var altså sterkt underrepresentert i samemantallet. Kvinneandelen har økt fra 35,8% til 36,2% i løpet av 2001. Dette er en svært liten økning, og det er fortsatt en svært lav kvinneandel i manntallet. Andelen unge under 25 år har økt fra 3,7% til 8,1% og ligger nå ganske nært opp til den andelen denne aldersgruppen utgjør av hele befolkningen. Den aldersgruppen som har en høyest andel registrerte i forhold til andelen av befolkningen som helhet, er aldersgruppen 41-61 år. Den høyeste andelen av nyregistreringer har den yngste aldersgruppen. Siden registreringen er knyttet opp til stemmerett ved valg, er det naturlig at registreringen av førstegangsvelgere drar opp antallet registreringer i denne gruppen.

Ved opprettelsen av samemantallet i 1989 lå tyngdepunktet for manntallet i de tradisjonelle samiske områdene Karasjok og Kautokeino. Siden den gang har endringen i manntallet vært ujevn fra valgkrets til valgkrets. De to største valgkretsene, Karasjok og Kautokeino, har hatt en liten økning fra 1989. I Karasjok er det 500-600 personer over 18 år som ikke er registrert, mens tallet i Karasjok er omkring 800. Økningen fra 1989 har vært størst i Varanger, Porsanger, Alta/Kvalsund, Midt-Troms, Nordre og Midtre Nordland og i Sør-Norge. Dette har ført til en vesentlig større geografisk spredning i manntallet. Informasjonsmessig er denne spredningen en stor utfordring. Det kan synes vanskelig for Sametinget å være synlig i områder langt unna de samiske kjerneområdene. Samtidig vil forsøk på å oppnå slik synliggjøring kunne redusere oppmerksomheten omkring saker som er viktige i de samiske kjerneområdene. Siden Sametinget har begrensede ressurser, må det foretas bevisste valg når det gjelder hvilke saker, budskap, kanaler og målgrupper som bør prioriteres. Dersom dette ikke skjer, vil Sametinget lett bli utydelig og lite relevant for alle grupper.

Utviklingen i registrering i kretsene:

VALGKRETS	1989	1993	1997	2001	ENDRING	ENDRING	ENDRING	ENDRING
					I ANTALL FRA 1989	I % FRA 1989	I ANTALL FRA 1997	I % FRA 1997
Krets 1 – Varanger	325	540	666	732	381	117,2	66	9,9
Krets 2 – Tana	596	795	889	899	201	33,7	10	10,6
Krets 3 – Karasjok	1003	1115	1155	1228	224	22,3	73	6,3
Krets 4 – Kautokeino	1152	1375	1461	1500	178	15,5	39	2,7
Krets 5 - Porsanger	310	514	771	866	526	169,7	95	12,3
Krets 6 – Alta/Kvalsund	277	472	634	782	504	181,9	243	38,3
Krets 7 – Nord-Troms	442	627	739	741	298	67,4	2	0,3
Krets 8 – Midt-Troms	242	424	544	732	490	202,5	188	34,6
Krets 9 – Sør-Troms	201	233	319	360	138	68,7	41	12,9
Krets 10 – Nordre Nordland	80	96	156	174	91	113,8	18	11,5
Krets 11 – Midtre Nordland	150	206	271	400	233	155,3	129	47,6
Krets 12 – Sørsameområdet	397	416	506	599	193	48,6	93	18,4
Krets 13 – Sør-Norge	320	428	561	908	588	183,8	346	61,6

Det finnes ikke tall som kan si noe om *når* i valgperioden folk tidligere har registrert seg i samemanntallet, bare at det har vært en jevn økning fra valg til valg. Tallene over kan imidlertid tyde på at det er en økning inn mot registreringsfristen før et valg. Økningen fra valg til valg har imidlertid ikke vært så stor som ønsket. Det er liten naturlig nyregistrering i samemanntallet mellom valgene. Mellom 1. februar 2000 og januar 2001 kom det bare inn 40 nye registreringer. Det løpende arbeidet i Sametinget så ikke ut til å ha ført til et ønske hos folk om å registrere seg i manntallet. Dette kan skyldes manglende fokusering på samemanntallet i det løpende informasjonsarbeidet.

Ansvar for manntallsregistreringen har ligget på den enkelte kommune. Fram til 2000, da føringen av manntallet ble overført til Kommunal- og regionaldepartementet (KRD) og Sentralkontoret for Folkeregistrering, var det stor usikkerhet forbundet med det statistiske grunnlaget. Blant annet falt mange registrerte som hadde meldt flytting, ut av registrene. Dette kan være noe av grunnen til at antallet registrerte gikk tilbake i perioden 2000-2001.

3 Den statlige informasjonspolitikken og sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk

Informasjonspolitikken for statsforvaltningen består av mål, prinsipper og normer for gjennomføring av statlig informasjonsvirksomhet. Informasjonspolitikken ble vedtatt av regjeringen i 1993 og revidert i 2001.

I løpet av prosjektperioden har Sametinget utarbeidet en kommunikasjons- og servicepolitikk som bygger på den statlige informasjonspolitikken. Sametinget vedtok kommunikasjons- og servicepolitikken i plenum 31. mai 2001.

3.1 Den statlige informasjonspolitikken

3.1.1 Hovedmålene

Målene for informasjonspolitikken er at befolkningen, næringsliv og organisasjoner skal

- ha lik og alminnelig tilgang til å delta aktivt i den demokratiske prosessen
- få informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter
- ha reell tilgang til informasjon om det offentliges aktiviteter.

Politikken skal dessuten bidra til at informasjon og kommunikasjon benyttes som virkemiddel for å nå forvaltningens mål.

3.1.2 Prinsippene

Kommunikasjonsprinsippet innebærer at forvaltningen og brukerne sees som likeverdige parter, som veksler i rollene som avsender og mottakere av informasjon. Prinsippet innebærer at forvaltningen skal sette seg inn i mottakernes situasjon og tilby informasjon i tråd med den. Det er ikke tilstrekkelig at informasjon bare formidles fra forvaltningen til brukerne. Befolkningens informasjonsbehov og reaksjoner bør også danne utgangspunkt for systematiske tilbakemeldinger oppover i forvaltningen.

For informasjonsarbeidet om samemantallet innebærer dette at Sametinget må ta initiativ til å komme i dialog med de som er registrert og de som kan komme til å la seg registrere.

Sametinget har i sin kommunikasjons- og servicepolitikk påpekt at det vil være viktig for Sametinget å motivere samene til å bruke den aller viktigste kommunikasjonskanalen - sametingsvalget. Men i like stor grad må den administrative og forvaltningsmessige delen av virksomheten legge vekt på å være åpen for dialog med brukerne. Dette bør også gjelde mantallet.

Prinsippet om aktiv informasjon innebærer at forvaltningen selv skal drive aktiv og planmessig informasjonsvirksomhet. Det er ikke nok at publikum har innsyn i forvaltningen. Forutsetningen er at informasjonen ikke først og fremst bygger på etatens premisser, men er utformet med utgangspunkt i brukernes

behov og forutsetninger. Informasjon om folks plikter og rettigheter i samfunnet skal prioriteres.

Dette innebærer at det må drives et fortløpende informasjonsarbeid om mulighetene for registrering i samemanttallet. Det vil ikke være tilstrekkelig at informasjonsmateriell er tilgjengelig; det må også aktivt tilstrebnes at informasjonen når fram til målgruppen.

Helhetsprinsippet innebærer at informasjon som gis fra forskjellige statsorganer, samordnes slik at den framstår som helhetlig for mottakeren. Samordningen kan skje tematisk eller organisatorisk. Det som i en gitt livssituasjon er relevant informasjon, bør kunne fås samlet der den enkelte velger å henvende seg, uansett hvilket statsorgan som forvalter informasjonen. Prinsippet forutsetter et godt samarbeid mellom sektorer og nivåer i offentlig forvaltning.

Hele Sametingets organisasjon bør være kjent med og bidra til at informasjon om registrering i samemanttallet når målgruppene.

Linjeprinsippet innebærer at den som har ansvar for å oppnå resultater på et saksområde, også har ansvar for informasjon på området. Informasjon er ett av flere virkemidler som kan tas i bruk for å nå mål, og må sees i sammenheng med juridiske, økonomiske, tekniske og organisatoriske virkemidler.

Dette betyr at de som har arbeidsoppgaver som berører samemanttallet, også har informasjonsansvar knyttet til dette arbeidet.

Prinsippet om informasjon som lederansvar innebærer at det er et lederansvar å virkeliggjøre statens informasjonspolitikk i forvaltningen. Ledelsen er ansvarlig for at informasjon blir brukt på en profesjonell og etisk forsvarlig måte i virksomhetens arbeid. Dette forutsetter kompetanse som sikrer forsvarlig kvalitet på informasjonen. Det innebærer også at en leder ikke kan delegere ansvaret for informasjon, selv om arbeidsoppgavene delegeres. I tråd med dette prinsippet blir informasjon et resultatkrav til statlige toppledere, og informasjonssjefen bør knyttes til toppledelsen som rådgiver.

Det er et lederansvar i Sametinget at det drives et godt informasjonsarbeid om samemanttallet. Også på dette området kan det settes resultatkrav.

3.2 Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk

Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk finnes i sin helhet i vedlegg 1. Fra dette dokumentet vil vi her trekke fram noen hovedmomenter som er spesielt relevante for denne rapporten.

Intensjonene bak Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk er å bidra til å:

- styrke befolkningens demokratiske rettigheter gjennom å sikre alle lik tilgang til den kunnskap som er nødvendig for at den enkelte skal kunne ivareta sine politiske, rettslige og sosiale rettigheter

-
- styrke Sametingets legitimitet som myndighet og pålitelig forvalter av samiske fellesverdier, både i forhold til den enkelte, næringslivet, organiserte interesser og myndigheter
 - løse styringsoppgaver mest mulig effektivt gjennom å ta i bruk kunnskap om de mest effektive kombinasjonene av virkemidler, innenfor rammene av retts- og velferdsstaten
 - gi et reelt bidrag til den enkeltes livskvalitet gjennom å formidle kunnskap om hvordan samfunnet fungerer, og om reell mulighet til påvirkning

3.2.1 Sametingets mål

Sametingets overordnede målsetting og motto skal danne grunnlag for kommunikasjonsarbeidet. Dette er definert slik i Sametingsplanen 1998 - 2001:

«Kulturell kontinuitet med grunnlag i samenes status og rettigheter som folk og urfolk»

De overordnede målene for Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk er:

- å sikre effektiv måloppnåelse gjennom bruk av informasjon som strategisk virkemiddel
- å sikre åpenhet, innsyn, og kunnskap slik at den samiske befolkningen kan opptre som myndige borgere og politiske premissgivere (oppdragsgivere) og skape grunnlag for likeverdig kommunikasjon mellom Sametinget og befolkningen.

Følgende mål er definert for Sametingets kommunikasjons- og servicevirksomhet:

- økt anerkjennelse av Sametingets funksjon og legitimitet som et representativt, folkevalgt organ for det samiske folk, gjennom større forståelse og kunnskap om samiske spørsmål
- en ønsket politisk utvikling av det samiske samfunnet, gjennom økt engasjement og interesse for politisk deltakelse og offentlig debatt
- økt kunnskap om og forståelse for samiske rettigheter, slik de framkommer av sedvaner, lover og internasjonale avtaler
- økt samhandling, effektivitet og kvalitet i Sametingets virksomhet og tjenesteproduksjon gjennom god kommunikasjon og felles forståelse av mål og strategier.

Følgende er definert som målgrupper for Sametingets kommunikasjonsvirksomhet:

- det samiske folk
- øvrig befolkning i samiske områder
- medier, både samiske, norske og internasjonale
- samarbeidende myndigheter, organisasjoner og institusjoner
- ansatte
- det norske storsamfunnet
- det internasjonale samfunnet

3.2.2 Prinsipper

Prinsippene i den statlige informasjonspolitikken er også gjeldende i Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk. I tillegg er det lagt til et prinsipp om informasjon på norsk og samisk og et om muntlig kommunikasjon. Mange samer behersker ikke samisk eller norsk så godt at de kan nyttiggjøre seg skriftlig informasjonsmateriell. Sametinget skal derfor velge muntlig informasjon i de tilfeller der det er nødvendig eller formålstjenlig. Betydningen av muntlig kommunikasjon kommer Statskonsult tilbake til senere i rapporten.

For å nå målene i kommunikasjonsarbeidet peker Sametinget ut følgende strategier som har bakgrunn i prinsippene for den offentlige informasjonspolitikken:

- sørge for at det samiske folk er godt informert om virksomheten og saker som særlig berører dem, og aktivt informere om virksomheten overfor samarbeidende myndigheter, institusjoner og organisasjoner og samfunnet forøvrig
- produsere, systematisere, tilrettelegge og distribuere ulike typer informasjon gjennom muntlige nettverk, skriftlige publikasjoner og elektroniske informasjonssystemer, slik at målgruppene får korrekt og oppdatert informasjon
- aktivt formidle korrekt og oppdatert informasjon til media om virksomheten og andre saker av interesse for samfunnet
- styrke kompetansen og øke bevisstheten om bruk av ulike informasjonstiltak i virksomheten
- sørge for at ansatte får løpende informasjon om virksomheten, spesielt mål og strategier, slik at flest mulig engasjeres i arbeidet for å nå virksomhetsmålene
- sørge for at administrasjons- og forvaltningsoppgavene ivaretas på en brukervennlig måte gjennom raske, relevante og kompetente vedtak, uttalelser og svar, samt imøtekommende veiledning og formidling.

Disse strategiene bør også gjelde i forhold til manntallsregistreringen.

I serviceerklæringen sier Sametinget at informasjonen fra Sametinget skal være oppdatert, korrekt og helhetlig. Dette må også gjelde arbeidet med informasjon om manntallsregistreringen. Senere i rapporten kommer vi tilbake til utfordringene i forhold til dette målet.

Når det gjelder elektronisk kommunikasjon og tjenesteproduksjon, har Sametinget som mål innen 2005 at:

- elektroniske tjenester skal være Sametingets hovedtilbud til brukerne
- elektronisk saksbehandling skal bli det normale og like akseptert som papirbaserte løsninger
- tjenestetilbudet skal være tilgjengelig på nett.

Dette innebærer at det også må satses på slike virkemidler i arbeidet med manntallsregistrering.

Sametinget vil ta initiativ til å utvikle en eSápmi-plan, hvor elektronisk forvaltning og offentlig servicekontor inngår som del av en større satsing. Manntallsregistreringen må inngå i denne satsingen på offentlige servicekontorer og elektronisk forvaltning.

Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk forteller om visjoner, mål og strategier. For å nå målene må det utarbeides konkrete handlingsplaner for kommunikasjons- og servicevirksomheten.

Sametinget vil årlig utarbeide konkrete handlingsplaner for kommunikasjons- og servicearbeidet. Manntallsregistreringen bør inngå som et naturlig aktivitetsområde i disse planene.

Sametinget skal årlig informeres om status i arbeidet med Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk. Statskonsult mener at arbeidet med manntallsregistreringen hører naturlig hjemme i forbindelse med denne rapporteringen.

4 Holdningsendringer – kommunikasjonsfaglig grunnlag

I startfasen av arbeidet med kampanjen for registrering i samemanntallet ble det påpekt at kunnskap om målgruppens holdninger ville være av vesentlig betydning for et effektivt informasjonsarbeid. I arbeidet med å utkrystallisere ulike målgrupper, basert på deres holdninger til samemanntallet, var bruken av referansegruppen, som omtales senere, viktig. For å få til en grovinndeling av de ulike gruppene ble Grünigs modell om berørte grupper lagt til grunn. Denne modellen har følgende inndeling:

Uberørte: Personer som ikke er berørt av spørsmålet.	Ubevisst berørte: Personer som er berørt av spørsmålet, men som ikke er seg det bevisst.
<p>I prosjektets sammenheng er dette personer som ikke oppfyller noen av kriteriene for innskriving i samemanntallet. De er ikke aktuelle som målgruppe for prosjektet, men det vil ha verdi å vite hvordan holdningene i denne gruppen er i forhold til holdningene i de andre gruppene.</p> <p>Personer fra denne gruppen vil sannsynligvis ha en god del kontakt med mange av personene i de andre gruppene. Ved informasjonskampanjer må man derfor ta hensyn til synspunkter fra denne gruppen, selv om den ikke er en direkte målgruppe.</p>	<p>I prosjektet er dette personer som oppfyller de objektive kriteriene, men som ikke har noen bevisst holdning til at de er samer. Det kan være ulike grunner til at de ikke oppfatter seg som samer. Vi har valgt å tolke det at de ikke føler seg som samer som et uttrykk for at de er ubevisste i forhold til sin samiske identitet.</p> <p>Informasjonsutfordringen overfor denne gruppen blir både å få dem til å bli bevisst på sin samiske identitet og å få dem til å velge å la seg registrere i samemanntallet som følge av holdningsendringen.</p> <p>Senere i dette kapitlet kommer vi tilbake til hvordan deres holdninger må påvirke informasjonsarbeidet.</p>
Bevisst berørte: Personer som er berørt av spørsmålet og er bevisst på det.	Aktivt berørte: Personer som er seg bevisst spørsmålet og har foretatt en handling for å gjøre noe med det.
<p>I prosjektet er dette personer som oppfyller både subjektive og objektive kriterier for registrering, men som allikevel ikke har latt seg registrere. For denne gruppen er det ikke nødvendig å sette i gang informasjonsarbeid for å bevisstgjøre dem på samisk identitet. Det er imidlertid viktig å finne ut hva som hindrer dem i å registrere seg. Dreier det seg for eksempel om negative holdninger til manntallet, til Sametinget, til de politiske partiene, eller er det andre faktorer som spiller inn?</p>	<p>I prosjektet er dette de som har latt seg registrere i manntallet. Det vil være viktig å se nærmere på hva som fikk disse personene til å registrere seg, for på den måten å finne fram til faktorer som kan få de bevisst berørte til å gjøre det samme. Spesielt de som nylig har valgt å registrere seg, vil ha verdi for prosjektet. De vil kunne si en god del om hva som fikk dem til å foreta dette valget.</p> <p>Det vil antakelig også kunne være noen aktivt berørte blant personer som her er plassert som bevisst berørte. Dette kan være personer som aktivt har valgt å ikke la seg registrere. Gjennom undersøkelsene vil vi forsøke å finne fram til om dette er en stor gruppe.</p>

Hvilken type informasjonsarbeid det bør legges opp til, vil være avhengig av hvilke av disse gruppene og personene man vil nå. I informasjonskampanjen ble det lagt vekt på å finne ut hvilke av disse gruppene det var mulig å nå fram til på kort sikt. Samtidig var det også viktig å registrere holdningene i de ulike gruppene for å se på hva som på lang sikt kunne føre til en økt innskriving i manntallet.

I arbeidet i referansegruppen kom det klart fram at man, med den korte tidshorizonten kampanjen hadde, burde konsentrere seg om å nå de bevisst berørte. Samtidig ble det foreslått at undersøkelser i etterkant skulle undersøke kunnskap og holdninger i de andre gruppene også.

Mottakers bearbeiding av budskap

For å drive kunne effektivt informasjonsarbeid er det viktig å vite hvordan mottakeren vil bearbeide budskapet. En rekke faktorer er med på å bestemme dette. Viktige faktorer er motivasjon, mulighet, hvordan den kognitive, tankemessige, bearbeidingen er og hvilke kognitive, tankemessige, strukturendringer som finner sted.

Modellen vi bruker som utgangspunkt her, er ELM-modellen (Elaboration Likelihood Model of Persuasion). Denne versjonen bygger på R.E. Petty og J.T. Capioccos modell fra boken *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change* (1986). Sentrale begreper er sentral og perifer rute.

Sentral rute – de motiverte

Mottakere som er sterkt motivert og har mulighet til å bearbeide et budskap og vil være villige til å bruke mye energi på dette. Man sier da at mottakeren følger en sentral rute. Avsender, budskapets form og andre utenforliggende faktorer vil da spille en mindre rolle. Det som vil være viktig for denne personen er viktigheten og kvaliteten på argumentene. Informasjonstiltak rettet mot slike målgrupper må fokusere mye på budskapet og mindre på form. Endringer som følge av sentral rute er ofte sterke og varige, og de er ofte basert på kognitive prosesser.

Perifer rute – mindre motiverte

Dersom mottakeren er lite motivert og har små muligheter til å bearbeide budskapet, kan en si at han vil følge en perifer rute. Mottakeren vil da være lite villig til å bruke mye energi på å bearbeide budskapet. Ved informasjonstiltak overfor en mottaker som er lite motivert, eller ikke har mulighet til å bearbeide et budskap, er det viktigere å tenke på formen enn innholdet i budskapet. For denne gruppen vil egenskaper ved avsender, underholdningsverdi og lignende ha mye å si. Budskapets innhold vil bety mindre. Holdningsendringer hos personer i denne kategorien vil være svake og lite varige. For de målgruppene som følger perifer rute, vil informasjon basert på emosjonelle virkemidler og budskap være egnet.

Det er viktig å påpeke at en person kan følge både en sentral og en perifer rute når det gjelder bearbeidingen av et budskap. Det kan være arenaer der personen ikke er motivert, mens han på andre arenaer kan være svært motivert. Det blir da en utfordring å nå de arenaene der målgruppen er motivert og har mulighet til å bearbeide informasjonen. Det kan da være hensiktsmessig å skape oppmerksomhet gjennom kanaler rettet mot perifer rute, for eksempel en TV-spot, for så å følge opp på arenaer der personen er motivert, med informasjonsmateriell som krever mer mental energi for å bli bearbeidet.

Det at en person følger sentral eller perifer rute behøver ikke nødvendigvis være en permanent situasjon. I informasjonssammenheng, hvor det gjelder å oppnå varige holdningsendringer, er det et mål å få til sentral bearbeiding.

Forming av holdning

Holdningsforming og endring skjer ved tre prosesser. Disse er:

1. Kognitive prosesser
2. Affektive prosesser
3. Erfaringsbaserte prosesser

1. Kognitive prosesser skjer gjennom bruk av intellektet for å resonnere seg fram til nye holdninger. Dette krever som regel bruk av sentral rute. Budskap som baserer seg på kognitive prosesser, må derfor være rettet mot de målgruppene som bruker sentral rute.

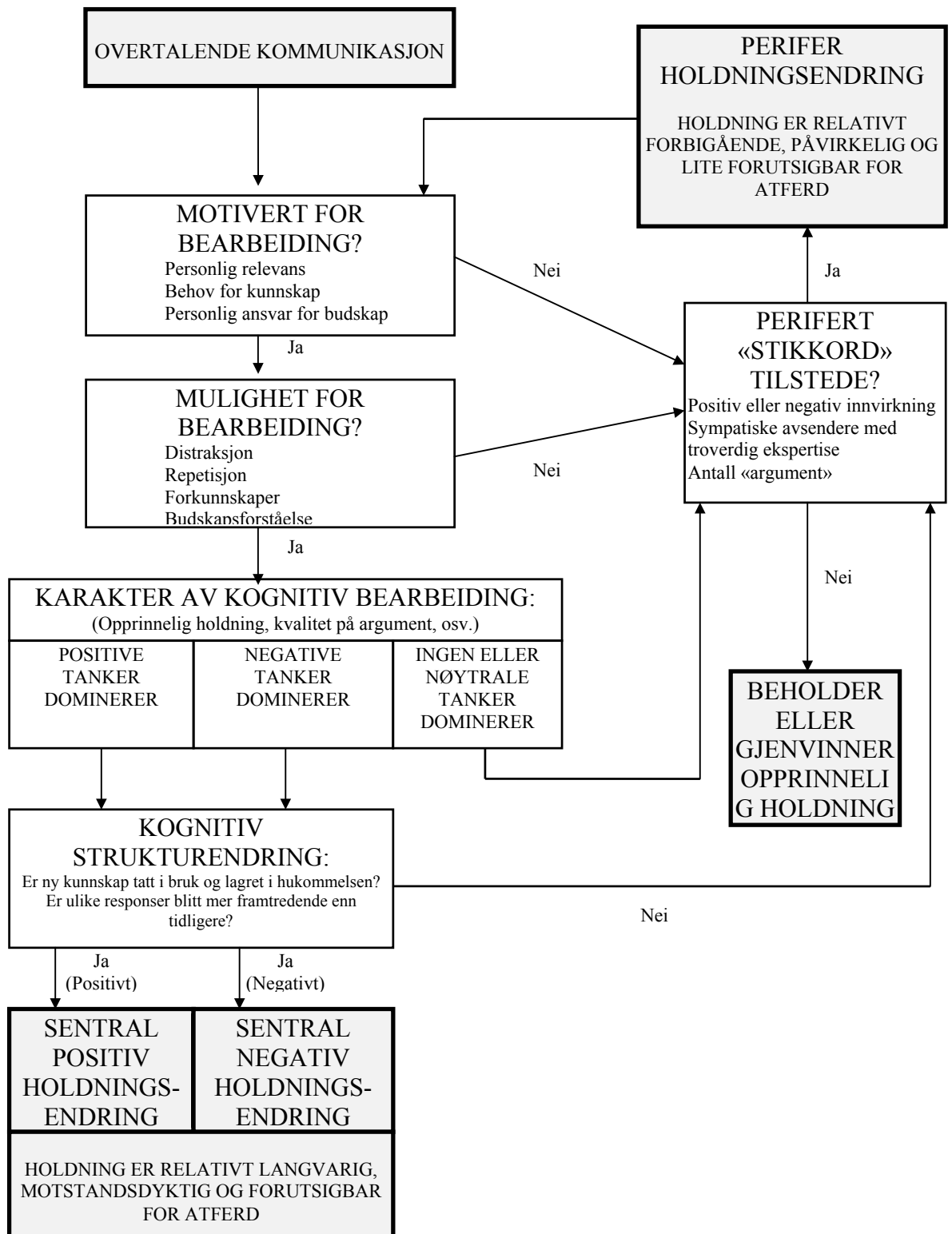
2. Affektive prosesser er basert på følelser. For de målgruppen som følger perifer rute, vil bruk av informasjon basert på emosjonelle virkemidler og budskap være egnet.

3. Holdningsskapende prosesser basert på egenerfaring er den mest effektive prosessen.

I figuren under er ELM-modellen presentert. Kommunikasjonen kan føre til ulike resultater. I overtalellesprosessen er det en mengde prosesser som foregår. Ved å bevege seg nedover på venstre side i figuren følger man en sentral rute. Følges denne hele veien, vil det kunne føre til relativt langvarige, motstandsdyktige og forutsigbare holdninger, som vil ligge til grunn for atferd. Følges den perifere ruten til høyre, vil det enten føre til perifere holdningsendringer, som er relativt forbigående, påvirkelige og som er lite forutsigbare for atferd, eller det kan føre til at opprinnelig holdning gjenvinnes.

Holdningsskapende prosesser basert på egenerfaring kan være effektive i forhold til begge grupper. For de som følger sentral rute, vil det være viktig at erfaringen fremmer den kognitive prosessen. For de som følger perifer rute, vil det være viktig at egenerfaringen støtter opp om det emosjonelle.

ELABORATION LIKELIHOOD MODEL OF PERSUASION



Kilde: R.E.Petty & J.T. Capiocco:
Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change (1986).

Motivert for bearbeiding av budskapet – sentral rute

Dersom budskapet har en personlig relevans, vil dette fremme en sentral bearbeiding av budskapet.

Har mottaker behov for kunnskap, kan dette føre til at mottakeren foretar en sentral bearbeiding av budskapet. De ulike målgruppene vil ha behov for kunnskap på ulike måter. Det blir derfor viktig å finne fram til hva den enkelte målgruppe kan ha behov for informasjon om.

Når man selv har personlig ansvar for å formidle et budskap, vil bearbeidingen øke. Dersom en får til kommunikasjon med målgruppene, der de føler ansvar for det som er budskapet, vil det fremme bruken av sentral rute. Dette krever kommunikasjonstiltak som involverer den enkelte.

Umotivert for bearbeiding av budskapet – perifer rute

Dersom ingen av de ovenfor nevnte kriteriene er tilstede, er mottakeren lite motivert og vil bevege seg ut på perifer rute. Da vil det være viktig hvem som er avsender, hvilken form budskapet har og hvilken ekspertise som benyttes. Antall argumenter vil være viktige. Resultatet vil imidlertid være mindre forutsigbart. Kanskje vil holdningen være svært forbigående, eller den kan være så påvirkelig at personen blir overtalt når han blir møtt med andre argumenter. Informasjon som retter seg inn mot perifer rute, må gjentas oftere.

Budskapsformidling og mottakerens motivasjon og mulighet for bearbeiding

En rekke faktorer er med på å bestemme en persons motivasjon og mulighet til å bearbeide budskapet. Dersom det kreves mye energi for å bearbeide budskapet, vil distraksjon ødelegge bearbeidelsen. Det er derfor viktig at krevende budskap formidles på arenaer og i kanaler der det er mulig å foreta den nødvendige bearbeidelsen uten å bli for distraheret.

For å gjøre det mulig for mottaker å forstå eller huske et budskap kan det være viktig med repetisjon av budskapet. Her kan ulike kanaler brukes. Det er viktig at det ikke blir for mange repetisjoner slik at budskapet blir oppfattet som mas. Det vil kunne slå negativt ut.

En god del informasjon vil forutsette forkunnskaper, og det er viktig at budskapet presenteres på en måte som samsvarer med mottakerens forkunnskaper.

En forutsetning for at budskapet skal bli forstått er at avsender har tilstrekkelig kunnskap om mottakeren og bevissthet på hvordan budskapet bør formuleres.

Andre kriterier som kan påvirke muligheten for bearbeiding er om personen har tid til å bearbeide budskapet når det mottas og språklige kunnskaper.

Dersom ikke forutsetningene for at mottaker skal ha motivasjon og mulighet til å kunne bearbeide budskapet er til stede, vil personen søke mot perifer rute.

Kognitiv bearbeiding av budskap

Den kognitive bearbeidingen av budskapet skjer når mottaker tenker på budskapet, vurderer kvaliteten på argumentene, ser det i forhold til sine

tidligere holdninger osv. Dersom det er positive eller negative tanker som kommer fram i denne prosessen, kan det føre til sentral bearbeiding. Dersom budskapet ikke fører til verken positive eller negative tanker, snarere nøytralitet, kan det føre til perifer bearbeiding og antakelig ingen holdningsendring. Budskap som verken vekker positive eller negative tanker og følelser vil neppe være gode når det gjelder til å endre folks holdninger. På den annen side kan spissing av budskapet for å presse mottakerne til å ta stilling føre til at de inntar motsatt posisjon av det som er ønsket. Det er derfor viktig å kjenne til målgruppens holdninger og kunne vurdere på hvilken måte budskapet bør formuleres for å oppnå den holdningsendringen som Sametinget faktisk ønsker.

Kognitiv strukturendring og holdningsendringer

Både selve budskapet og bearbeidingen av det vil kunne føre til kognitive strukturendringer. Dette innebærer at den enkeltes tankeprosess er blitt endret. Sentrale spørsmål her er om ny kunnskap er lagret og tatt i bruk i hukommelsen og om ulike responser er blitt mer framtredd enn tidligere. Har dette skjedd, har det funnet sted en holdningsendring som antakelig kan være relativt langvarig, motstandsdyktig og kanskje mer forutsigbar for atferd. Det er imidlertid viktig å huske på at en holdningsendring kan gå i stikk motsatt retning av det som var meningen med budskapet. Dette kan det ta lang tid å rette opp.

Holdningers oppbygging relatert til samemantallet

For å unngå noen av de farene vi har påpekt over og for å kunne legge opp til godt informasjonsarbeid om x og y er det viktig å finne ut hvordan holdningene til x og y er i målgruppene. Da kan man også unngå at holdningsendringen går i motsatt retning av det man ønsker. Statskonsult har derfor sett på hvordan holdninger er bygget opp, hvordan informasjon kan bidra til holdningsendring og relatert dette til samemantallet.

Petty og Cacioppo har beskrevet holdninger som varige, stabile og generelle evalueringer av personer, saker eller objekter.

Hver person, sak eller objekt kalles et holdningsobjekt. Samemantallet er et slikt holdningsobjekt. Til et holdningsobjekt er det knyttet mange egenskaper (attributter). En slik kan være at samer er registrert i mantallet. En rekke oppfatninger (beliefs) knytter disse egenskapene til holdningsobjektet. En slik oppfatning kan være at det er negativt at samene blir registrert. På bakgrunn av dette evalueres holdningsobjektet. Ut fra eksemplet vil da evalueringen kunne bli at samemantallet er negativt fordi alle samer blir registrert. En person kan ha få eller mange egenskaper knyttet til et holdningsobjekt. I tillegg til at antallet egenskaper er viktig, vil også styrken på egenskapene være viktig.

Generelt kan en si at det er lettere å påvirke en person med få egenskaper knyttet til holdningsobjektet enn en med mange. En person som har mange egenskaper knyttet opp mot et holdningsobjekt vil antakelig ha satt seg nøye inn i saken og ha gjort seg opp en mening som er grundig forankret. For å endre denne personens holdning må vi enten tilføre nye egenskaper, noe som er vanskelig dersom han allerede har mange, eller vi må endre de oppfatninger han allerede har i forhold til de enkelte egenskapene. Det er generelt vanskeligere å

endre en oppfatning som allerede er der, enn å forme en ny oppfatning knyttet til en egenskap som er ny for mottakeren. Det siste kan gjøres ved hjelp av informasjon til de som har fått egenskaper knyttet til et holdningsobjekt.

Informasjonsmessig er dette vesentlig. Det er viktig å vite hvordan målgruppens holdninger er til emnet det skal informeres om. Er det en målgruppe som ikke har så mye kunnskap om et tema, vil kunnskapsformidling og tilførsel av nye egenskaper være en viktig strategi. Spesielt i forhold til unge vil dette kunne være viktig. I en målgruppe med mange og sterke meninger må man først finne ut hvordan disse holdningene er bygd opp for deretter å ta sikte på å endre den enkelte byggekloss i den enkeltes holdning.

Drøftingen av holdningers oppbygging og hvordan mottaker bearbeider disse holdningene kan settes opp som i tabellen under:

	FÅ EGENSKAPER KNYTTET TIL HOLDNINGSOBJEKTET	MANGE EGENSKAPER KNYTTET TIL HOLDNINGSOBJEKTET
Sentral rute	A: Søkende Er sterkt motivert, men har løst baserte holdninger	B: Bekreftende Er motivert til å søke ny informasjon og vet allerede mye
Perifer rute	C: Ignorerende Er ikke motivert og har løst baserte holdninger	D: Avsluttet Har holdninger som er solid fundert og er verken motivert eller har mulighet for å ta til seg informasjon

A: Søkende person

Overfor en person i rute A vil det vanligvis være lettere å etablere en kommunikasjon som kan føre til holdningsendringer. Vi har kalt dette for en søkende person. Vedkommende er motivert og ønsker informasjon. Utfordringen blir å lage informasjon som samsvarer med den motivasjonen og de mulighetene vedkommende har.

B: Bekreftende person

En person i rute B vil være vanskelig å påvirke. Om det skal gjøres, må man antakelig endre på hans oppfatninger om noen egenskaper ved holdningsobjektet eller bringe inn helt ny kunnskap som personen oppfatter som veldig viktig. Denne personen vil i stor grad ta til seg informasjon som bekrefter de holdningene han alt har. Vi har derfor valgt å kalle vedkommende en bekreftende person. Personer i denne gruppe vil være lett tilgjengelig for informasjon som samsvarer med egne holdninger. I informasjonssammenheng vil personer i denne gruppen ofte kunne brukes som videreformidlere av et budskap.

C: Ignorerende person

En person i rute C vil ikke være mottakelig for informasjon ut fra innholdet i budskapet. Vi har kalt dette en ignorerende person fordi vedkommende i stor grad vil velge å overse budskapet. Skal denne personen nås, må både form og avsender være i sentrum og emosjonelle virkemidler brukes. Dette kan føre til registrering, men kanskje ikke til deltakelse ved valg. Om det er varige endringer i holdninger som er ønskelig, må man se på om denne personen kan

flyttes til A, dvs. over til sentral rute. Dersom dette ikke er mulig, har det neppe noen hensikt å satse på denne gruppen i informasjonssammenheng.

D: Avsluttet person

Personen i rute D har mye kunnskap og mange egenskaper knyttet til sin holdning. Han er imidlertid ikke særlig motivert eller har mulighet til å bearbeide budskapet. Denne personen har gjennomgått en prosess tidligere, hvor budskap er blitt bearbeidet, og dette har dannet grunnlag for dagens holdninger. Vi har valgt å kalle dette en avsluttet person. Dette er antakelig den personen som det er vanskeligst å endre holdningene til. Skal dette gjøres, kan det være viktig å gå tilbake i tid og se hva som førte til at personen tok til seg de holdningene han har i dag.

Videre i rapporten vil vi ha dette som et rammeverk for hvordan de ulike målgruppene er blitt nådd gjennom de informasjonstiltakene som har vært gjennomført.

5 Informasjonskampanjen 2001

I dette kapittelet presenterer vi planlegging og gjennomføring av informasjonskampanjen som ble gjennomført i perioden februar–mai 2001 i forkant av registreringsfristen til samemanntallet.

5.1 Planlegging av informasjonskampanjen

5.1.1 Målformulering

Hovedmål for prosjektet var å spre oppmerksomhet og kunnskap om Sametinget og samemanntallet for å øke innskrivingen i manntallet.

For Statskonsult var målene for prosjektet knyttet til målene i virksomhetsplanen: Gjennomføre statens informasjonspolitikk, yte bistand til målrettede informasjonsløsninger og å gi råd om planlegging og gjennomføring av opplysningstiltak og kampanjer knyttet til sametingsvalget 2001. Målene for kampanjen var å få til økt innskriving i manntallet og at målgruppen skulle ha kunnskap om muligheten for registrering. Det ble ikke fastsatt noe tallmål for hvor mange man ønsket skulle registrere seg, men 10 000 var et tall som ofte ble nevnt og vel måtte oppfattes som et uoffisielt mål.

5.1.2 Forankring av prosjektet

Statskonsult mener det er svært viktig at prosjekter av denne typen er solid forankret innen ledelsen og blant de ansatte i organisasjonen. I dette tilfellet måtte også prosjektet forankres hos de politiske representantene. Sametingsrådet ble orientert om prosjektet høsten 2000.

I forankringsfasen (og delvis i kartleggingsfasen) ble det i desember 2000 holdt et møte mellom prosjektgruppen i Sametinget og aktører og avdelinger internt. Et utkast til kommunikasjonskart ble utarbeidet, og det ble brukt som grunnlag for et seminar 15. januar 2001. En bedre forankring blant ansatte og ledelse, for eksempel gjennom personalmøter, avdelingsmøter og ledermøter hadde vært ønskelig. Det er viktig å skape forståelse innen en organisasjon for de muligheter (og begrensninger) som ligger i virkemidlet kommunikasjon og for hvordan man kan integrere virkemidlene og tiltakene i andre arbeidsoppgaver. Vi ønsker i den forbindelse å peke på linjeprinsippet og ledelsesprinsippet i den statlige informasjonspolitikken.

5.2 Organisering

Plan for gjennomføring av prosjektet finnes i ”Prosjektbeskrivelse for samemanntallsregistrering i forbindelse med sametingsvalget 2001” og ”Avtale om bistand til utvikling av kommunikasjonsplan og strategi for manntallsføring til Sametingsvalg”.

Prosjektgruppe

Prosjektgruppen besto av åtte personer: John-Marcus Kuhmunen (prosjektleder), Pål Hivand, Synnøve Solbakk og Randi R. Balto fra Sametinget og Ragnar Larssen (prosjektkoordinator), Kjetil Hillestad og Lisbeth Udland Hansen fra Statskonsult (tidligere Statens informasjonstjeneste (SI)). Fra 1. mai 2001 tok Kjetil Hillestad over som koordinator for Statskonsult.

Ansvarsfordeling mellom Statskonsult og Sametinget

Sametinget

- Ansvar for prosjektets framdrift, referatene fra møter i både prosjektgruppen og referansegruppen
- Levering av nødvendig bakgrunnsinformasjon for at prosjektet skal kunne gjennomføres
- Ansvar for gjennomføringen av den interne seminarvirksomheten og gjennomføring av informasjonsopplegg internt i Sametinget
- Prosjektlederen har ansvar for utarbeidelse av en detaljert framdriftsplan for hver av fasene i prosjektet
- Utarbeidelse av informasjons- og tiltaksplan for innskriving i samemantallet
- Utarbeidelse av kommunikasjonsstrategi for perioden mot valget i 2005.

Statskonsult

- Sørge for at undersøkelser som besluttes gjennomført av prosjektgruppen blir gjennomført innenfor gjeldende budsjettamme
- Utarbeide et analysenotat med forslag til tiltak på bakgrunn av undersøkelser som er gjennomført
- Gjennomføre kvantitativ og kvalitativ undersøkelse samt utarbeide analyserapport
- Stille med de nødvendige arbeidsressursene for å kunne bistå som rådgivere fram til ferdig handlingsplan er utarbeidet, iverksatt og evaluert
- Lage avtaler med eksterne byråer, og sikre at avtalene etterleveres i form av resultater og kostnader.

Referansegruppe

Det ble opprettet en referansegruppe for prosjektets første del – innskriving i samemantallet. Personene representerte forskjellige aldersgrupper, hadde forskjellig bakgrunn og dekket de fleste av Sametingets valgdistrikt. Gruppen besto av 13 resurspersoner med stort nettverk og godt kjennskap til samisk miljø. Disse var: Ingar Henriksen (Sør-Varanger), Truls Siri (Nedre Tana), Stein Tore Pedersen (Øvre Tana), Aili Javo (Karasjok), Johan Ailu Karlstad (Kautokeino), Halddor Hansen (Kvalsund), Ragnar Samuelsen (Billefjord), Petter Olai Stark (Ullsfjord), Sigbjørn Skåden (Skånland), Heidi Andersen (Tysfjord), Cesilie Danielsen (Sør-Trøndelag), Tove Mette Jåma Wigdal (Nord-Trøndelag) og Kristin Stormo (Oslo).

Referansegruppens mandat

Referansegruppen for prosjektet skulle gi informasjon, råd og kommentarer til arbeidet under prosjektperioden. Gruppen skulle benyttes for å innhente synspunkter på forslag eller problemstillinger som prosjektet står overfor, samt bringe informasjon om prosjektet tilbake til sine respektive organisasjoner og nettverk. Den skulle også benyttes for å dekke behovet for kompetanse utover den som prosjektlederen og prosjektgruppen allerede hadde. Referansegruppen hadde ikke beslutningsmyndighet, men skulle komme med innspill til arbeidsgruppen. Innspill kunne hentes fra referansegruppen som helhet eller fra enkeltpersoner.

Gruppens medlemmer skulle også fungere som videreformidlere gjennom sine nettverk.

5.3 Utforming av handlingsplan

Arbeidet med å utarbeide en handlingsplan for registrering i samemanntallet foran sametingsvalget i 2001 pågikk i oktober 2000. Av tids- og ressursmessige årsaker var det ikke anledning til å lage brukerundersøkelser som grunnlag for handlingsplanen. Sametingets prosjektgruppe benyttet derfor andre kommunikasjonsverktøy som kommunikasjonskart, relasjonsanalyse og skjema for kommunikasjonsplanlegging for å komme fram til aktuelle informasjonstiltak i handlingsplanen. De la videre vekt på bred involvering i planleggingsprosessen og på å få relevante innspill til valg av informasjonstiltak og målgrupper, budskap og informasjonskanaler fra både fagpersoner internt i Sametinget og personer utenfor Sametinget (jf. kapittel xx Referansegruppe). På grunn av den korte tiden som var til rådighet for arbeidet med iverksetting av tiltakene i handlingsplanen, rådet dessuten Statskonsult Sametinget til å arbeide med nettverkskommunikasjon og strategisk bruk av videreformidlere for å nå fram med budskapet om registrering i samemanntallet til aktuelle målgrupper.

5.3.1 Arbeidsseminarer

Sametinget og Statskonsult arrangerte flere arbeidsseminarer for å få innspill til målgrupper, tiltak og informasjonskanaler som kunne brukes i informasjonskampanjen.

Arbeidsseminar 1: For ansatte i Sametinget 15. januar 2001

Det forberedende arbeidet med å lage handlingsplan for innskriving i samemanntallet til Sametingsvalget 2001 startet på det første møtet mellom Sametingets prosjektgruppe og daværende Statens informasjonstjeneste (SI) 12. oktober 2000. Arbeidet ble innledet med å lage kommunikasjonskart og relasjonsanalyse over sentrale aktører, målgrupper og videreformidlere. For å få en bredere intern gjennomgang, ble arbeidet videreført på et seminar med Sametingets administrasjon 15. januar 2001. Der deltok representanter fra informasjonsseksjonen og fagavdelingene sammen med prosjektgruppen i Statskonsult. Her ble arbeidet med kommunikasjonskart og relasjonsanalyse videreført, og man kom fram til hvilke interne og eksterne aktører, målgrupper og videreformidlere som ville være viktige i arbeidet med Sametingets handlingsplan.

Referansegruppens forslag til målgrupper for informasjonskampanjen

Deltakerne på seminaret kom fram til at handlingsplanen måtte ha intern forankring både i administrasjonen og blant politikerne. ”Intern informasjon er en forutsetning for god ekstern informasjon” var ledetråden, og man la vekt på at informasjonstiltakene i handlingsplanen skulle integreres i Sametingets øvrige arbeid, og at fagavdelingene skulle bidra til å spre informasjon om registrering i samemanntallet til målgrupper de var i kontakt med. Som viktige *eksterne* målgrupper ble riks- og regionale medier pekt på som videreformidlere av informasjon om manntallet. Dessuten ville politiske grupper utenfor Sametinget, bibliotek/bokbusser, videregående skoler, samiske organisasjoner

og Reindriftsforvaltningen kunne ha en funksjon som videreformidlere. Det ble også spesielt understreket at kvinner var en viktig målgruppe for informasjonsaktivitetene, siden de er underrepresentert i samemanntallet.

Arbeidsseminar 2: Med referansegruppen 16. januar 2001

For å godkjenne eller forkaste forslagene som kom opp på det interne seminaret i Sametinget 15. januar, gjennomførte den eksterne referansegruppen et heldags seminar 16. januar. Referansegruppen bestod av 11 personer med samisk bakgrunn, men med ulik alder, geografisk tilknytning, utdanning og yrke. I tillegg til å komme med forslag til sentrale aktører, målgrupper og videreformidlere for prosjektet, ga de også forslag til hvilke informasjonstiltak, budskap og informasjonskanaler de mente kunne brukes i handlingsplanen. Det var lagt opp til at referansegruppens innspill skulle være begrunnet i gruppens egen opplevelse av hvem de mente var potensielle og viktige målgrupper for registrering i samemanntallet, hvilke budskap som skulle formidles gjennom hvilke informasjonskanaler.

Referansegruppens forslag til målgrupper for informasjonskampanjen

Referansegruppen trakk i hovedsak fram følgende eksterne målgrupper som de rådet Sametinget å prioritere: *Ungdom og førstegangsvelgere, kvinner, "bygdefolk", media, akademikere, voksne i aldersgruppen 30-45 år, eldre samer, Reindriftsforvaltningen og sørsamer.*

Resultatet av arbeidet fra internseminaret med Sametinget og det første arbeidsseminaret i referansegruppen er, sammen med andre kommunikasjonsfaglige vurderinger, gjengitt i notatet *SIs vurderinger av informasjonstiltak ved innskriving i samemanntallet*, datert 26.01.01.

Arbeidsseminar 3: Referansegruppen 13. februar 2001

På grunnlag av SIs notat av 26.01.01 laget prosjektgruppen i Sametinget et utkast til handlingsplan for registrering i samemanntallet til valget i 2001. Dette utkastet ble forelagt referansegruppen på et seminar i Tromsø 13. februar 2001. Hensikten var å få kommentarer og innspill til utkastet for eventuelt å justere handlingsplanen før den ble iverksatt. Referansegruppens oppgaver på dette arbeidsseminaret var blant annet å gi forslag og innspill til nye informasjonstiltak som Sametinget kunne bruke i sin handlingsplan.

5.3.2 Handlingsplanen

Sametingets handlingsplan

Basert på innspill fra møtene med referansegruppen m.m. laget Sametinget en handlingsplan for kampanjen. Planen er vedlagt som vedlegg 2. De tiltakene som ikke ble gjennomført er overstrøket. Handlingsplanen skulle iverksettes i perioden 15. februar til 30. april 2001. Fristen for å registrere seg i samemanntallet for å kunne stemme ved Sametingsvalget i 2001 var 1. mai.

Sametinget produserte følgende informasjonsmateriell om registreringen i samemanntallet:

- *Fire annonser* om registreringen i manntallet i aviser i Nord-Norge, en i store deler av Norge, en riksannonse og en i NRK tekst-TV

- 115.329 brosjyrer med manntallskjema på norsk, nord-, lule- og sørsamisk ble sendt til alle husstander i Finnmark, Troms og kommuner i Nordland og Hedmark. Brosjyren ble distribuert av Posten
- 2 600 brev med manntallskjema til ungdommer i 16 kommuner. Språk: norsk, nord-, lule- og sørsamisk
- 1500 brev til samer med informasjon om samemanntallet og skjema for registrering
- Sametingets hjemmeside hadde informasjon om registreringen i samemanntallet på førstesiden og mulighet til å laste ned skjemaet for registrering i samemanntallet
- Sametingets Intranett ble brukt til å spre intern informasjon om registrering i samemanntallet, om mediedekning om samemanntallet m.m.

Andre brukte informasjonskanaler var:

- *Nettverkskommunikasjon:* Under planleggingen av kampanjen ble det lagt vekt på at flere informasjonstiltak i kampanjen med fordel kunne gjennomføres ved hjelp av nettverkskommunikasjon eller gjennom videreformidlere. Årsaken til dette var at tiden var knapp, og at Sametinget og Statskonsult mente at direkte kommunikasjon med målgruppen om kanskje følsomme spørsmål som handler om identitet, var viktig for å nå fram med budskapet. Sametinget ansatte derfor en ung, kvinnelig medarbeider til arbeidet med nettverkskommunikasjon om registrering i samemanntallet i kampanjeperioden fra 15. februar til 30. april. Denne medarbeideren hadde spesielt ansvar for nettverkskommunikasjon i forhold til målgruppen ungdom
- *E-post* ble hyppig brukt som tilleggsinformasjonskanal til kjente målgrupper, som ansatte og representantene på Sametinget, og samiske organisasjoner
- *Telefonsamtaler* ble først og framst brukt i satsingen på nettverkskommunikasjon og som en innledende samtale med ulike offentlige myndigheter, organisasjoner, skoler m.m. som man avtalte å sende mer informasjon om samemanntallet til
- *De politiske gruppene på Sametinget* fikk 400 000 kroner fra Sametinget for å fremme registreringen til manntallet.

5.4 Gjennomføring av kampanjen

5.4.1 Hva ble gjennomført

Statskonsult har gjennomgått Sametingets handlingsplan med spesielt henblikk på valg av målgrupper, tiltak og budskap i planen, hva som ble gjennomført og eventuelle effekter det hadde og har følgende kommentarer:

Målgruppe: Interne aktører i Sametinget (alle ansatte, fagavdelingene, representantene, listestillere ved sametingsvalget)

Prosjektgruppens valg av interne aktører på Sametinget som målgruppe var begrunnet i ønsket om å satse på god intern informasjon for derigjennom å øke mulighetene til å lykkes med de eksterne informasjonstiltakene i

handlingsplanen. Hensikten var også at prosjektet skulle være godt forankret internt, og at både de ansatte på Sametinget, politikerne og listestillerne skulle kunne brukes aktivt som informasjonsformidlere. Tiltakene som er oppført i handlingsplanen for denne målgruppen, viser at informasjonsformidlingen først og fremst har foregått skriftlig gjennom brev, e-post, intranett og henvisning til Sametingets hjemmeside. Det er vanskelig å si om mer utstrakt bruk av muntlig kommunikasjon (telefonsamtaler, møter, samtaler m.m.) til denne målgruppen ville resultert i at de interne aktørene på Sametinget ville arbeidet mer aktivt med å informere om samemanntallet gjennom egne kanaler eller arenaer, og om dette ville ført til at flere registrerte seg i samemanntallet i 2001. Statskonsult vil likevel påpeke at dersom Sametinget har mulighet og ressurser til å benytte muntlig kommunikasjon om registrering i samemanntallet som informasjonskanal til denne målgruppen i framtiden, mener vi dette vil kunne øke oppslutningen om prosjektet. For at Sametingets interne aktører skal kunne stå sammen om å informere om manntallet, har det sannsynligvis størst effekt hvis dette arbeidet har felles mål og strategier.

Sametinget bevilget 400.000 kroner til de politiske gruppene på Sametinget for at de skulle formidle muntlig og skriftlig informasjon om registreringen i samemanntallet. Det er vanskelig å se om dette har medført at flere fikk informasjon om eller registrerte seg i samemanntallet i 2001. Samepolitikernes valgkamp hadde dessuten ikke kommet i gang da fristen for å registrere seg i manntallet løp ut 30. april 2001. Det kan tenkes at et mer langsiktig planlagt informasjonsarbeid gjennom politikernes daglige virksomhet kan gi effekter. En innvending mot dette er imidlertid at det først og fremst er forvaltningen, og ikke politikerne, som har ansvar for å formidle denne typen offentlig rettighetsinformasjon til den samiske befolkningen.

Målgruppe: Eksterne aktører – ungdommer (høgskoler og universiteter, Info-Nuorra/ung info, ungdomsorganisasjoner, studentforeninger, samiske idrettsforeninger og videregående skoler)

I aksjonsperioden 15. februar til 30. april ansatte Sametinget en ung kvinnelig medarbeider på prosjektbasis, som først og fremst skulle arbeide med nettverksinformasjon til målgruppen samisk ungdom. I løpet av den perioden hun var ansatt i Sametinget, tok hun kontakt med 300 personer pr. telefon, derav en rekke telefonsamtaler til ungdom for å formidle informasjon om samemanntallet. Hun besøkte dessuten flere videregående skoler i Finnmark for å informere om muligheten til å registrere seg i manntallet. Denne sterke satsingen på muntlig kommunikasjon med målgruppen kan tenkes å ha hatt en positiv effekt for registreringen i samemanntallet. Hun representerte dessuten målgruppen selv, og det kan derfor også tenkes at dette har medvirket til at hun har nådd fram til målgruppen med budskapet. Sametinget arrangerte i tillegg en ungdomskonferanse med 70 deltakere i kampanjeperioden, der man benyttet anledningen til å informere om samemanntallet.

Skriftlige informasjonskanaler som ble brukt i forhold til ungdom, var ungdomsfolderen "Bruk din rett" (distribuert til all ungdom i 16 kommuner og videregående skoler i de seks nordligste fylkene), e-post til samiske ungdomsorganisasjoner og lenke til Sametingets kampanjeside.

Antall personer under 25 år som er registrert i samemanntallet, har hatt en markant økning siden 1997. Blant de nyregistrerte i 2001 var det en sterk overvekt av unge personer. Hele 33 prosent av alle nyregistreringene var personer mellom 18-25 år. Rekrutteringen av unge bidrar til at aldersprofilen blant de registrerte i samemanntallet er tilnærmet lik aldersprofilen i hele befolkningen. I manntallet er de unge litt underrepresentert, mens aldersgruppen mellom 41-61 år er overrepresentert. Dette kan sies å være en markant endring på kort tid, og kan kanskje tilskrives satsingen på nettverkskommunikasjon til den unge målgruppen. Nettverksarbeidet har først og fremst basert seg på muntlig kommunikasjon, mens det er brukt skriftlig informasjonsmateriell som ”sekundærkilde” og for utdypende informasjon om registrering i manntallet.

Målgruppe: Eksterne aktører (fylkeskommunene, fylkesmannsembetene, reindriftsforvaltningen, kommunene)

Tanken bak å bruke etater som fylkeskommunene, fylkesmannsembetene o.a. som målgrupper for handlingsplanen var først og fremst å engasjere dem som videreformidlere av informasjon om registrering i samemanntallet til samer de var i kontakt med. Muligheten til å styre denne formen for informasjonsformidling er liten, siden det ikke er pålagt noen av disse etatene å videreformidle denne typen informasjon. Det vil være opp til den enkelte mottaker av kampanjens skriftlige informasjonsmateriell (brosjyrer og registrerings skjemaer) å videredistribuere dette eller legge det fram på strategiske steder for publikum. Sametinget har verken mulighet eller instruksmyndighet til å kontrollere at dette gjøres eller hvordan informasjonen eventuelt formidles.

Vi har ikke tallgrunnlag for se om dette initiativet har ført til økt registrering i samemanntallet. Ifølge helhetsprinsippet i den statlige informasjonspolitikken, som sier at informasjon fra ulike sektorer og ulike forvaltningsnivå skal samordnes slik at den framstår som helhetlig for mottakeren, kan det likevel være riktig å bruke disse etatene som videreformidlere dersom det er mulig, også fordi man kan anta at de er i kontakt med mange samer.

Siden kommunene har ansvar for det tekniske rundt registreringen i samemanntallet, kan man si at kommunene også i større grad har ”informasjonsplikt” om dette til sine brukere. Heller ikke her kan vi se om informasjonen rettet mot den aktuelle gruppen har gitt effekter. Men vi tror også her at egne informasjonsplaner for personell som arbeider med registrering i samemanntallet, kan gi effekter på sikt.

En indikasjon på en effekt av informasjonssatsing gjennom kommunene kan være at antall gamle skjemaer fra valget 1993 og 1997 som er kommet inn av nyregistreringer utgjør 17 prosent av totalt innkomne (226 av 1.294). Av disse kan en del skjemaer ha vært lagret i kommunene i forbindelse med forrige sametingsvalg.

Målgruppe: Eksterne aktører – samiske organisasjoner (Sárahkka, Sámi Nissoid Forum, Duodeinstittuhtta, Samiske senter, samiske organisasjoner)
Info-Nuorra, Samiske studentforeninger og idrettsforeninger blir også brukt

som videreformidlere om registrering i samemanntallet. De fikk telefon fra Sametinget og ettersendt brev og registreringsskjemaer. Samiske ungdomsorganisasjoner fikk e-post med oppfordring om å informere sine medlemmer om samemanntallet. Samiske studentforeninger ble oppfordret til å drive aktiv utdeling av registreringsskjemaene.

I studiebyen Tromsø kan vi se at det har vært en markant økning i registreringen (119 nyregistrerte siden 1997 av til sammen 608 totalt pr. 14. desember 2001). Finnmark sto alene for over 50 prosent av nyrekrutteringen. Tar vi med Troms og Nordland, sto Nord-Norge for 84 prosent av nyrekrutteringen i 2001. Økningen i manntallet i Tromsø kan skyldes flere forhold; samvirkning med utsendelsen av brosjyren "Lar du andre bestemme for deg" som ble sendt ut til alle husstander i regionen, ordføreren i Tromsøs positive holdning til det samiske, og satsingen på ulike samiske organisasjoners nettverk for videreformidling av informasjon om samemanntallet m.m.

Målgruppe: Eksterne aktører – ildsjeler. Personlig kontakt gjennom telefon med 300 mennesker. De fikk tilsendt informasjon om samemanntallet og Sametinget og ble bedt om å videreformidle informasjon om registreringen i manntallet

Kommunikasjonen med ildsjeler og videreformidlere foregikk hovedsakelig per telefon og ble først og fremst rettet mot ungdom, jf. avsnittet over om *Eksterne aktører – ungdommer* og om Sametingets prosjektansatte "nettverkskommunikator". Sametinget har gitt uttrykk for at de som ble kontaktet var positive og behjelpelige med å formidle informasjon om manntallet.

Statskonsult har ikke kunnet måle effekten av dette arbeidet fordi vi mangler tallgrunnlag. For å få bedre oversikt over effekten av denne innsatsen, kunne Sametinget gitt de aktuelle videreformidlerne et enkelt rapporteringsskjema med oversikt over tiltak som er gjennomført, overfor hvem, hvor og når.

Målgruppe: Eksterne aktører – media (lokale, regionale og riksdekkende medier)

Sametingets prosjektgruppe har gitt uttrykk for at det ikke var tid og ressurser til å lage en mediestrategi og handlingsplan for registrering i samemanntallet, men mener at mediedekningen rundt temaet likevel ble tilfredsstillende. Når en informasjonskampanje defineres som vellykket, kan dette ofte tilskrives effekten av at det er brukt flere informasjonskanaler i kombinasjon rettet mot samme målgruppe og med et treffende budskap. Media er først og fremst en kanal for videreformidling av informasjon. Det er likevel mulig å planlegge utspill knyttet til for eksempel en debatt om registrering i samemanntallet og på den måten formidle informasjon om samemanntallet. Slike utspill kan komme i forbindelse med andre aktuelle saker om Sametinget. Det forutsetter imidlertid at Sametingets ansatte og politikerne har en felles strategi for hvordan de ønsker å formidle budskapet og bevissthet om hvordan og når dette kan gjøres.

På lengre sikt tilrår Statskonsult at Sametingets mediestrategi knyttes til kommunikasjonsstrategien for registrering i samemanntallet, og at det foretas medieanalyser av presseklipp og andre innslag i media.

Kommentarer til planlagte tiltak og satsinger som ikke ble gjennomført: Kvinnesatsingen

Manntallsstatistikken som ble kjørt i forkant av kampanjen, viste at kvinner var kraftig underrepresentert i manntallet. Dette rokker ved manntallets representativitet. Sametinget har derfor i løpet av hele prosjektperioden ment at kvinner var en spesielt viktig målgruppe. Det er dessuten et generelt politisk ønske at kvinner skal være like godt representert som menn i manntallet for å bedre det demokratiske beslutningsgrunnlaget.

I Sametingets handlingsplan er det likevel ikke laget spesielle informasjonstiltak rettet mot kvinner eller ulike segmenter av kvinner. Man kan si at kvinner i ulike aldre var prioritert på lik linje med menn, og at det ble gjort en strategisk vurdering av hvilke informasjonskanaler og viderefornidlere de ville bruke for å nå kvinner der de er eller ferdes (for eksempel ulike offentlige etater, skoler, høyskoler og universitet, ulike foreninger og organisasjoner etc.)

Det kan imidlertid tenkes at spesielle informasjonstiltak i form av både muntlig og skriftlig informasjon og med et klart formulert budskap burde vært gjennomført til spesielle segmenter av den kvinnelige målgruppen. Siden det fantes lite bakgrunnsinformasjon om hvor de kvinner som ikke var registrert i samemanntallet, befant seg da handlingsplanen ble utarbeidet (hvor bor de, hvor gamle er de, hva arbeider de med eller hva studerer de etc), var det dessuten vanskelig for Sametinget å målrette aktiviteter for kvinner spesielt. Slike fakta er bedre dokumentert gjennom den kvantitative undersøkelsen Sametinget gjennomførte i mai 2001.

Muntlig kommunikasjon som viktig informasjonskanal

Muntlig kommunikasjon med mulighet for toveiskommunikasjon regnes som den informasjonskanalen som er best egnet til å overføre et budskap (eks. formelle og uformelle møter og telefonsamtaler). Dersom tid og ressurser hadde tillatt det, ville det etter Statskonsults mening vært hensiktsmessig å gjøre bruk av muntlig kommunikasjon som informasjonskanal i større grad. Dette er også i tråd med Sametingets kommunikasjons og servicepolitikk. Mange av enkelttiltakene overfor ulike målgrupper som ble utelatt i handlingsplanen, var for eksempel telefonsamtaler. Mer strategisk bruk av muntlig kommunikasjon behøver ikke bety at man arrangerer flere møter eller tar flere telefonsamtaler, men at man gjør flere av Sametingets ansatte, politikere m.fl. bevisste på at de kan passe på å gi informasjon om registrering i samemanntallet når de er i kontakt med viktige målgrupper.

Kommentarer til valg av målgrupper

På grunn av den korte perioden fra starten av prosjektet og fram til fristen for registrering 1. mai ble det viktig å fokusere på de gruppene som lett kunne komme til å la seg registrere. Sett i forhold til inndelingen av grupper tidligere i rapporten var dette de bevisst berørte. Det var ikke realistisk å se for seg store holdningsendringer i den perioden kampanjen skulle pågå.

Ut i fra statistikken pr. januar 2001 var det to hovedgrupper som skilte seg ut i og med at de var kraftig underrepresentert i manntallet. Dette var kvinner og unge.

De uttalte målgruppene for kampanjen ble dermed unge og kvinner som i utgangspunktet var positive til samiske spørsmål. Mangel på tiltak rettet direkte mot kvinner er omtalt tidligere i dette kapitlet.

Kommentarer til utformingen av budskap

I arbeidet med å formulere budskap for informasjonskampanjen var referansegruppen viktig. Det var to hovedinnfallsvinkler til budskapsformuleringen, nemlig *medbestemmelse* og *identitet*. Det var også viktig at budskapet måtte nå ut til en gruppe som lå i utkanten av det tradisjonelle samiske miljøet.

Andre tiltak som ikke ble gjennomført

Når det gjelder de øvrige informasjonstiltakene som ikke ble gjennomført, er Statskonsults kommentar at Sametinget sannsynligvis valgte å prioritere de informasjonstiltakene de mente var viktigst å gjennomføre i løpet av den korte aksjonsperioden og med de ressurser som var tilgjengelige.

5.5 Resultater av kampanjen

5.5.1 Manntallsstatistikk

I forbindelse med den kvalitative dybdeundersøkelsen foretok Sentralkontoret for folkeregistrering en utkjøring av relevant manntallsstatistikk. Utkjøringen ble foretatt pr. 12. desember 2001 og omfatter dels alle innførte i samemanntallet, dels nyregistrerte i 2001 for hele landet. For hver av de to populasjonene er tallene brutt ned etter kjønn, alder og bostedskommune. I den foreliggende rapporten har vi valgt å bruke tall fra denne kjøringen for å vise endringene i manntallet.

Vi gjør oppmerksom på at det ikke er samsvar mellom tallene vi har mottatt fra Sentralkontoret for 2001 og den offisielle statistikken som er publisert fra Sametinget for samme år. Et felles register lagt til Sametinget vil kunne hindre at slike uoverensstemmelser oppstår ved senere anledninger.

5.5.2 Sterk ungdomsvekst i samemanntallet

Av tabellen under framgår følgende:

- Manntallet omfattet 10 094 personer pr. 12.12.2001
- Antall registrerte hadde vokst med 1 614 personer i år 2001.
- Blant de nyregistrerte i 2001 var det en sterk overvekt av unge personer. Hele 33 prosent av alle nyregistreringene var personer mellom 18-25 år.
- Rekrutteringen av unge bidrar til at aldersprofilen blant de registrerte i samemanntallet er tilnærmet lik aldersprofilen i hele befolkningen. I manntallet er de unge litt underrepresentert, mens aldersgruppen mellom 41-61 år er overrepresentert.
- De nyregistrerte bidrar ikke til en jevnere kjønnsfordeling i manntallet. Blant de nyrekrutterte er det dobbelt så mange menn som kvinner.

Nyregistrerte i 2001 og totalt manntallsførte pr. 14.12.2001

KJØNN	NYREGISTRERTE I ÅR 2001 (ANDEL AV MANNTALLSFØRTE I %)	TOTALT MANNTALLSFØRTE PR.14.12.2001 (ANDEL AV MANNTALLSFØRTE I %)	(ANDEL AV HELE BEFOLKNINGEN OVER 18 ÅR I %)
Kvinner	594 (36.8)	3 652 (36.2)	50.5
Menn	1 020 (63.2)	6 442 (63.8)	49.5
Alder			
18-25 år	534 (33.1)	821 (8.1)	11.4
25-40 år	473 (29.3)	2 869 (28.4)	29.5
41-60 år	419 (26.0)	3 933 (39.0)	33.9
Over 60 år	188 (11.6)	2 471 (24.5)	25.2
Total	1 614 (100.0)	10 094 (100.0)	100

5.5.3 Nyrekruttering i alle landets fylker

Tabellen på neste side viser følgende:

- I 2001 bidro samtlige fylker til vekst i samemanntallet.
- Finnmark sto alene for over 50 prosent av nyrekrutteringen. Tar vi med Troms og Nordland, sto Nord-Norge for 84 prosent av nyrekrutteringen i 2001.
- Den relative veksten var sterkest i Nordland og i de fleste av landets fylker i Sør-Norge med unntak for Oslo, Hedmark og Østfold.
- Oslo opprettholdt sin relative andel av manntallet, mens Hedmark og Østfold gikk tilbake. I Hedmark var det bare fem nyregistreringer i 2001.
- Finnmark har en fallende relativ andel, mens Troms opprettholder sin andel.

Nyregistreringer i 2001 og totalt manntallsførte pr. 14.12.2001 fordelt etter fylke

FYLKE	ANTALL NYREGISTRERTE I ÅR 2001	TOTALT ANTALL MANNTALLSFØRTE PR.14.12.2001	ANDEL AV ALLE NYREGISTRERTE I ÅR 2001 I %	ANDEL AV TOTALT MANNTALLSFØRTE PR. 14.12.2001 I %
Finnmark	848	6 092	52.6	60.3
Troms	295	1 856	18.3	18.4
Nordland	207	804	12.8	8.0
N.Trøndelag	38	210	2.4	2.1
S.Trøndelag	31	176	1.9	1.7
Møre og Romsdal	11	42	0.7	0.4
Sogn og Fj.	11	21	0.7	0.2
Hordaland	11	44	0.7	0.4
Rogaland	10	42	0.6	0.4
V.Agder	5	17	0.3	0.2
A.Agder	4	12	0.2	0.1
Telemark	6	38	0.4	0.4
Vestfold	9	45	0.6	0.4
Buskerud	8	40	0.5	0.4
Oppland	9	28	0.6	0.3
Hedmark	5	49	0.3	0.5
Oslo	59	371	3.7	3.7
Akershus	41	169	2.5	1.7
Østfold	5	39	0.3	0.4
Sum	1 614	10 094	100.0	100.0

5.5.4 Mange kommuner bidrar til vekst

Tabellen på neste side viser følgende:

- I 2001 bidro 149 kommuner til vekst i samemantallet.
- Pr. 12.12.2001 var personer fra 265 av landets 435 kommuner representert i manntallet.
- I Finnmark var alle kommuner representert. Det var bare Berlevåg som ikke hadde nyregistreringer i 2001.

Kommunefordeling i fylkene og i manntallet

FYLKE	ANTALL KOMMUNER I FYLKET	ANTALL KOMMUNER REPRESENTERT I MANNTALLET	ANTALL KOMMUNER MED NYREGISTRER- INGER I ÅR 2001
Finnmark	19	19	18
Troms	25	24	21
Nordland	45	37	25
Nord-Trøndelag	24	19	11
Sør-Trøndelag	25	16	7
Møre og Romsdal	38	15	7
Sogn og Fjordane	26	11	5
Hordaland	34	9	6
Rogaland	26	13	4
Vest-Agder	15	4	2
Aust-Agder	15	3	2
Telemark	18	10	3
Vestfold	15	14	5
Buskerud	21	13	5
Oppland	26	14	5
Hedmark	22	14	2
Oslo	1	1	1
Akershus	22	21	16
Østfold	18	8	4
Sum	435	265	149

5.5.5 Kommunevise bidrag

Tabellen på neste side viser følgende:

- 33 kommuner hadde ti eller flere nyregistreringer i 2001. Hele 83 prosent av alle nyregistreringer skjedde i disse kommunene.
- Åtte kommuner bidro med flere enn 50 nye personer i manntallet. Over halvparten av alle nyregistreringer skjedde i disse kommunene.
- Manntallsførte i Kautokeino, Karasjok og Tana var i relativ tilbakegang, mens det i kommunene Tromsø, Porsanger, Alta og Tysfjord var relativ framgang. Veksten i Tysfjord var særlig markert.

Nyregistreringer i 2001 og totalt manntallsførte pr. 14.12.2001 fordelt etter kommuner. Rangert uttrekk av kommuner med flere enn ti nyregistreringer.

RANGERING	KOMMUNE	ANTALL NYREGISTRERTE I ÅR 2001	TOTALT ANTALL MANNTALLSFØRTE PR.14.12.2001	ANDEL NYREGISTRERTE I %	ANDEL MANN-TALLSFØRTE I %
1	Kautokeino	168	1 545	10.4	15.3
2	Karasiok	168	1 247	10.4	12.4
3	Tromsø	119	608	7.4	6.0
4	Porsanger	103	542	6.4	5.4
5	Tana	101	824	6.3	8.2
6	Alta	90	455	5.6	4.5
7	Tysfjord	85	212	5.3	2.1
8	Oslo	59	371	3.7	3.7
9	Hammerfest	36	152	2.2	1.5
10	S.Varanger	34	201	2.1	2.0
11	Vadsø	32	201	2.0	2.0
12	Kåfjord	32	328	2.0	3.2
13	Loppa	31	31	1.9	0.3
14	Nordkapp	21	58	1.3	0.6
15	Snåsa	17	65	1.1	0.6
16	Skånland	17	115	1.1	1.1
17	Nesseby	17	301	1.1	3.0
18	Narvik	17	87	1.1	0.9
19	Kvalsund	17	145	1.1	1.4
20	Bodø	17	61	1.1	0.6
21	Balsfjord	17	21	1.1	0.2
22	Lenvik	15	65	0.9	0.6
23	Røros	14	54	0.9	0.5
24	Nordreisa	13	69	0.8	0.7
25	Lebesby	12	176	0.7	1.7
26	Kvænangen	12	93	0.7	0.9
27	Beiarn	12	16	0.7	0.2
28	Storfiord	11	121	0.7	1.2
29	Harstad	11	30	0.7	0.3
30	Gratangen	11	46	0.7	0.5
31	Trondheim	10	67	0.6	0.7
32	Lavangen	10	79	0.6	0.8
33	Hattfjelldal	10	34	0.6	0.3
Sum		1 339	8 420	83.0	83.4

Generelt kan det sies at nyrekrutteringen er sterkest blant de unge. Det er også en tendens til at veksten i manntallet i stor grad skjer i periferien av de samiske områdene. Sett i forhold til inndelingen av grupper tidligere i rapporten kan det se ut som om det er de *søkende* som registrerer seg. Dette er personer som følger sentral rute, men har relativt få egenskaper knyttet til samemanntallet og det samiske i forhold til gruppene i de samiske kjerneområdene. Deres oppfatning av det samiske kan også være forskjellig fra gruppene i kjerneområdene. Dette tar vi opp senere i rapporten under presentasjonen av dybdeundersøkelsen.

5.5.6 Måloppnåelse

Vi vil knytte noen kommentarer til utformingen av målet for selve kampanjen. Det overordnede målet var ”å øke innskrivingen i samemanntallet”. Målet ble ikke tallfestet, men 10 000 personer var et uttalt mål. Man bør diskutere om ikke målet bør tallfestes ved senere kampanjer. Da har man også noe å måle resultatene mot. Erfaringene fra denne kampanjen og undersøkelsene etterpå kan gi en antydning om hvor mange nyinnskrivinger som kan forventes.

Det ble også laget mål for de enkelte målgruppene i planen. I senere planer bør disse være mer konkrete og målbare, både for at planen skal kunne evalueres på en hensiktsmessig måte, og for å kunne prioritere de ulike tiltakene innenfor hver målgruppe. Hvert tiltak bør vurderes opp mot hvilken effekt man forventer i forhold til den konkrete (og gjerne tallfestede) målsettingen som er satt for målgruppen i kommunikasjonskartet.

De tiltakene som ikke ble gjennomført i kampanjen, var hovedsakelig lavere prioritert i planen. Men det er vanskelig å si om prioriteringene var korrekte, fordi målene ikke framsto som tilstrekkelig konkrete. I arbeidet med kommunikasjonsstrategien og nye handlingsplaner bør man arbeide grundigere med å sette tydelige og målbare målsettinger.

Det er viktig at målene er realistiske. Det er stor usikkerhet knyttet til hvor stort potensialet for registrering er. Dersom kvinner var like godt representert som menn i samemanntallet, ville antallet registrerte vært på ca. 13 000 personer.

5.6 Hvordan registreringen har foregått

For å få en oversikt over hvordan registreringen har foregått, foretok Sametinget en registrering av alle skjemaer som var kommet inn. Antallet skjemaer som er registrert, samsvarer ikke med tallene fra Sentralkontorets kjøringer, men vi vil bruke dem her fordi de gir kunnskap om hvordan folk lot seg registrere. I forbindelse med senere kampanjer og informasjonstiltak vil det være viktig å kunne registrere hvordan tidligere atferd har vært på dette området. I 2001 kom det inn 1412 skjemaer av ulike slag. Det var totalt 1614 nyregistrerte personer i manntallet i 2001. Av de innsendte skjemaene var 368 fra personer som tidligere hadde vært registrert i samemanntallet. Det betyr at antall nyregistrerte egentlig var 1043 personer. Det var ingen forskjell mellom menn og kvinner når det gjaldt hvilket skjema som ble brukt. De skjemaene som ble registrert var:

Brosjyren ”Lar du andre bestemme”

Denne hadde et opplag på 115 329 og ble sendt til alle husstander i Finmark, Troms og Nordland. Brosjyren var to-språklig og ble laget i tre forskjellige versjoner. En var på norsk/nord-samisk og hadde et opplag på 101 800, en på norsk/sør-samisk med et opplag på 10489 og en på norsk/lulesamisk med et opplag på 3 040.

Totalt kom det inn 736 innmeldinger ved bruk av denne brosjyren. Dette var over halvparten av alle skjemaer som kom inn. Av de innsendte brosjyreskjemaene var 26 på lulesamisk-norsk, 22 på sørsamisk-norsk, mens resten var på nordsamisk-norsk.

Som omtalt i kapitlet om breddeundersøkelsen hadde denne brosjyren høy oppmerksomhet. Den må dermed kunne sies å være det mest effektive tiltaket i forbindelse med nyregistreringen. Et slikt tiltak vil naturlig nok også nå fram til mange personer som ikke er i målgruppen. En positiv side ved dette er at det øker oppmerksomheten rundt samemantallet blant befolkningen som helhet. Dette vil kunne gjøre det lettere for målgruppen å registrere seg.

Brosjyren må sies å ha vært et viktig informasjonstiltak. Den var heller ikke spesielt kostbar. Den kunne kanskje vært kombinert med bruk av ulike medier for å skape debatt og oppmerksomhet rundt utsendelsen.

Gamle skjemaer fra tidligere kampanjer

Disse skjemaene var sendt ut i tre versjoner, nemlig på norsk, nord-samisk og lulesamisk. Av de innsendte skjemaene var 205 på norsk, 20 på nordsamisk, 1 på sør-samisk og 5 på lulesamisk.

Den høye andelen gamle skjemaer viser at registreringsskjemaer kan ha lang virketid. Det er derfor viktig for Sametinget å ha gode brosjyrer om samemantallet tilgjengelig til enhver tid på aktuelle møtesteder som bibliotek, skoler, helsesentre og offentlige servicekontorer. Det kan også tyde på de nye brosjyrene og skjemaene ikke har nådd ut i tilstrekkelig grad.

Ungdomsbrevet ”Bruk din rett”

Dette var rettet mot ungdom og hadde et opplag på 3000. Det var på nord-samisk og norsk. Det kom inn 131 skjemaer fra ungdomsbrevet - 104 på norsk og 27 på nord-samisk. Dette brevet ble brukt meget målrettet mot samiske kommuner, samiske møteplasser og samiske arrangementer.

Informasjonsbrev med skjema

Dette var på nord-samisk/norsk og hadde et opplag på omkring 2000. Det kom inn 152 skjemaer.

Internettskjemaer

Skjemaer for registrering lå ute på Internett. Det kom inn 162 skjemaer (2 på nordsamisk) som var tatt ut fra Internett eller sendt over Internett. Dette må sies å være et lavt tall og er en lavere andel enn forventet. En grunn kan være at målgruppen hadde tilstrekkelig tilgang på skjemaer på annen måte. Det var

mulig å laste ned Internett-skjemaet mellom februar 2000 og begynnelsen av mai 2001. For å sikre en løpende registrering i manntallet i hele perioden bør registreringsskjemaet være lett tilgjengelig på Sametingets hjemmeside hele tiden. Det bør også vurderes å opprette et eget domene med navnet www.Samemantallet.no.

Tabellen under viser hvor mange registreringer i manntallet som ble gjort på grunnlag av de ulike skjemaene.

BROSJYREN "LAR DU ANDRE BESTEMME" – OPPLAG 115 329	
Nordsamisk-norsk	688
Lulesamisk-norsk	26
Sørsamisk-norsk	22
SUM	736 / 52%
Gamle skjemaer fra –93 og –97	
Norsk	205
Nordsamisk	20
Sør-samisk	1
Lulesamisk	5
SUM	231 / 16%
Ungdomsbrevet "Bruk din rett" – opplag ca 3 000	
Norsk	104
Nordsamisk	27
SUM	131 / 9%
Internettskjema	
Norsk	160
Nordsamisk	2
SUM	162 / 11%
Informasjonsbrev med skjema. Dette skjemaet var også lagt ut på Sametingets fagavdelinger – opplag omkring 2 000	
Nordsamisk-norsk	152
SUM	152 / 11%
SUM	1 412 / 100%

Det var store geografiske forskjeller på hvilke skjemaer som ble sendt inn. I alle områder hvor brosjyren "Lar du andre bestemme" ble sendt ut, var den største delen av de innsendte skjemaene fra denne brosjyren. Høyest andel hadde den i Nord-Troms med 81% og Varanger med 72 %. Den hadde også en vesentlig andel i de øvrige områdene.

Gamle skjemaer hadde en betydelig plass i registreringen, men med store geografiske forskjeller. Det kom inn mange fra Sør-Troms og Karasjok. Dette kan skyldes mangel på nyere informasjonsmateriell.

Skjemaer fra ungdomsbrevet kom i størst grad fra Tana, Karasjok, Kautokeino, Alta/Kvalsund og Midtre Nordland.

Skjemaer som var tatt ut fra Internett, utgjorde en betydelig del av de innsendte skjemaene i valgkretsene fra Midt-Troms og sørover. Det kan se ut som om Internett utgjør en viktigere informasjonskanal om samiske spørsmål jo lenger unna de samiske kjerneområdene man kommer. En grunn til dette kan være at informasjon om samiske spørsmål er mindre tilgjengelig i disse områdene. For de øvrige områdene utgjorde skjemaer hentet ut fra Internett en liten del av de innsendte skjemaene.

De aller fleste skjemaene som kom inn, var på norsk. Bare i svært liten grad kom det inn skjemaer som var på Lulesamisk/norsk og Sør-samisk/norsk. Dette kan tyde på at det ikke har mye å si for målgruppene om skjemaene er på norsk eller samisk. Dette underbygger funnene i manntallsstatistikken og viser at de som registrerer seg nå, ikke ser det som veldig viktig å bruke et samiskspråklig skjema. Det kan også skyldes manglende kunnskaper i samisk. Resultatet underbygger funn fra andre steder i undersøkelsen som viser at det er de søkende som nå registrerer seg. Politisk sett er det allikevel svært viktig at skjemaer er på samisk, og det er også i tråd med Sametingets kommunikasjons- og servicepolitikk. Ved å ha tospråklige skjemaer oppfyller en disse målsettingene.

Det var ingen forskjell på hvordan menn og kvinner lot seg registrere. Tabellen på neste side viser hvilken type skjema som var brukt i de ulike valgkretsene.

	BROSJYRE N "LAR DU ANDRE BESTEMME"	GAMLE SKJEMAER FRA -93 OG -97	UNGDOM S- BREVET "BRUK DIN RETT"	INTER- NETT- SKJEMA	INFORMASJON SBREV MED SKJEMA	TOTALT
Valgkrets 1 Varanger	52 – 72%	5 – 7%	3 – 4%	5 – 7%	7 – 10%	72
Valgkrets 2 Tana	52 – 51%	10 – 10%	11 – 11%	6 – 6%	24 – 24%	102 -
Valgkrets 3 Karasjok	52 – 32%	33 – 20%	32 – 20%	12 – 7%	10 – 6%	163
Valgkrets 4 Kautokeino	106 – 58%	20 – 11%	26 – 14%	8 – 4%	22 – 12%	182
Valgkrets 5 Porsanger	49 – 69%	9 – 13%	5 – 7%	3 – 4%	5 – 7%	71
Valgkrets 6 Alta/Kvalsund	71 – 67%	9 – 8%	16 – 15%	2 – 2%	8 – 8%	106
Valgkrets 7 Nord-Troms	44 – 81%	3 – 6%	2 – 4%	0 – 0%	5 – 9%	54
Valgkrets 8 Midt-Troms	98 – 68%	16 – 11%	3 – 2%	16 – 11%	10 – 7%	143
Valgkrets 9 Sør-Troms	26 – 49%	19 – 36%	1 – 2%	7 – 13%	1 – 2%	53
Valgkrets 10 Nordre Nordland	9 – 33%	7 – 25%	1 – 4%	7 – 26%	3 – 11%	27
Valgkrets 11 Midtre Nordland	33 – 29%	31 – 27%	19 – 17%	16 – 14%	13 – 12%	112
Valgkrets 12 Sørsame- området	32 – 43%	14 – 19%	7 – 9%	13 – 17%	9 – 12%	75
Valgkrets 13 Sør-Norge	87 – 36%	54 – 22%	4 – 2%	52 – 21%	48 – 20%	245

5.6.1 Oppsummering av resultater fra manntalsregistreringen

Et av målene ved prosjektet var å få økt registreringen i manntallet. Dette målet ble imidlertid ikke tallfestet, men det uutalte målet var å få antallet registrerte opp i over 10 000. Et klarere uttalt tallmål med fortløpende oppdatering kunne i større grad fungert drivende på registreringsprosessen.

Ved valget i 2001 var det svært lav valgdeltakelse. Dette gjaldt både sametingsvalget og stortingsvalget. Det er derfor positivt at det til tross for dette

fant sted en økning i innskrivingen i samemantallet. Andelen av registrerte som stemte, gikk sterkt ned. Det bør derfor vurderes om informasjonen om samemantallet skal ha hovedfokus på retten til å stemme ved sametingsvalget, eller om det skal fokuseres mer på at det er en måte å identifisere seg med det samiske på.

Utviklingen i registreringen er meget varierende. En kan se en økning i byene og større steder og en stagnasjon i øvrige områder. Dette kan skyldes en sterk sentralisering i perioden, eller at periferien fjerner seg fra sentra og de politiske beslutningene.

6 Breddeundersøkelsen

6.1 Bakgrunn

På oppfordring fra Statskonsult bestemte Sametinget seg for å gjennomføre en kvantitativ undersøkelse for å måle ulike forhold knyttet til registrering i samemanntallet. Fristen for å registrere seg i samemanntallet før Sametingsvalget i 2001 var 30. april. Undersøkelsen hadde som mål å kartlegge kunnskap og holdninger til Sametinget, samiske forhold og registrering i samemanntallet blant målgruppene. Dessuten skulle undersøkelsen måle effekter av de informasjonstiltak som ble gjennomført perioden februar-mai 2001 i forbindelse med registreringen i samemanntallet. Spørreundersøkelsen ble gjennomført straks etter fristen for å registrere seg i samemanntallet var gått ut. Dette for å måle effekter av informasjonsarbeidet inn mot fristen.

Etter en anbudsrunde ble Norsk Gallup Institutt AS valgt til å gjennomføre undersøkelsen. Statskonsult hadde ansvar for å følge opp alt som hadde med bestilling og faglig oppfølging å gjøre. I Gallup var Reidar Jensen og Unni Bøkestad ansvarlige for undersøkelsen. I Statskonsult var Ragnar Larsen prosjektleder og Kjetil Hillestad og Lisbeth Udland Hansen prosjektmedarbeidere.

Undersøkelsen ble gjennomført i de områdene som tradisjonelt sett regnes som samiske bosettingsområder, og i kommuner med over 1 prosent samer. Både samisk og ikke-samisk befolkning deltok i undersøkelsen. I tillegg ønsket Sametinget at spesielt samiske kvinner, samer under 30 år og samer bosatt ved kyst- og fjordstrøk i Nordland, Troms og Finnmark skulle være representert i spørreundersøkelsen.

3600 spørreskjemaer ble sendt til 29 kommuner i de fire nordligste fylkene (Finnmark, Troms, Nordland og Nord-Trøndelag) i mai 2001. 1131 skjemaer ble returnert i utfylt stand og utgjorde en svarprosent på 31 prosent.

Norsk Gallup Institutt gjennomførte en liknende undersøkelse for Statens informasjonstjeneste og Sametinget i 1994. I 2001-undersøkelsen ble en del spørsmål tatt ut og nye tatt inn. Kriteriene for å registrere seg i samemanntallet var også endret siden 1994. I 1994-undersøkelsen ble bare de som oppfylte kriteriene for registrering definert som samer. I undersøkelsen i 2001 er det i tillegg spurt om man *oppfatter* seg selv som same. Dette ble gjort for å se om det finnes innbyrdes forskjeller mellom de som oppfyller kravene for registrering. I tråd med inndelingen av grupper som er presentert tidligere i rapporten, og som ble lagt til grunn for vurderinger i forbindelse med planleggingen av kampanjen, ble respondentene delt inn i fire ulike grupper:

1. *Registrerte samer*
2. *Uregistrerte som oppfyller de objektive kriteriene og som oppfatter seg som same*
3. *Uregistrerte som oppfyller de objektive kriteriene, men ikke oppfatter seg som same*

4. Ikke-samer

Når vi viser til funn i undersøkelsen i de følgende kapitlene, refererer vi ofte til denne gruppeinndelingen.

6.2 Presentasjon og drøfting av undersøkelsen

6.2.1 Kjennskap til sametinget og samiske forhold

Gallup fant et klart skille mellom de registrerte samene og de øvrige respondentene når det gjelder deres kjennskap til Sametinget og samiske forhold. De som er registrert i manntallet, er mer bevisste og har bedre kjennskap til Sametinget og samiske forhold enn befolkningen ellers. De uregistrerte som oppfatter seg som samer, har generelt sett ikke bedre kjennskap til Sametinget og samiske forhold enn befolkningen ellers. Under presenteres områder hvor respondentene har henholdsvis best og dårligst kunnskaper:

Forhold respondentene har best kjennskap til

- 98 prosent vet at det finnes et Sameting. Denne kunnskapen er høy i alle gruppene.
- Av de registrerte samene vet til sammen 73 prosent at Norske Samers Riksforbund har flest representanter på Sametinget, mens 24 prosent av ikke-samene og 36 prosent av de uregistrerte som oppfyller kriteriene har kjennskap til dette.
- 97 prosent av de registrerte samene og 66 prosent av ikke-samene fra 2001-undersøkelsen vet hvem som er Sametingspresident. Til sammenligning viste 94-undersøkelsen at 97 prosent av de registrerte samene og 91 prosent av ikke-samene visste hvem som var Sametingspresident på det tidspunktet.
- Om lag 90 prosent vet at samer har rett til undervisning på samisk. Noe oppsiktsvekkende er det likevel at ti prosentpoeng flere blant ikke-samene i undersøkelsen (90 prosent) enn blant personer som oppfatter seg som same (80 prosent), vet at samer har rett til undervisning på samisk.
- Det er også høy kjennskap til at samer *ikke* har rett til fritak fra militærtjeneste eller enerett til naturressursene i Finnmark blant alle de fire gruppene. Mellom 82 og 87 prosent vet at samer ikke har rett til fritak fra militærtjeneste. Om lag 80 prosent vet at samer ikke har enerett til naturressursene i Finnmark.
- Mellom 66 og 87 prosent vet at Sametinget ikke har myndighet til å bestemme over skatteinntektene fra den samiske befolkningen.

Forhold respondentene har dårligst kjennskap til

At samer *har* enerett til å drive reindrift, men *ikke* har frie jakt-, fangst- og innlandsfiskerettigheter eller rett til å fiske i fjord- og kyststrøk, er det relativt lav kunnskap om i alle de fire gruppene. Kunnskapen stiger i forhold til graden av tilknytning til samiske forhold og samemanntallet.

- Mellom 38 prosent og 46 prosent vet at Sametinget har myndighet til å bestemme over innholdet i undervisningen av samiske barn.
- Mellom 22 prosent og 42 prosent vet at samene *ikke* har (spesielle) rettigheter til å fiske i kyst- og fjordstrøk. Dette er noe lavere tall enn i 1994-undersøkelsen.

-
- Mellom 27 prosent og 52 prosent vet at Sametinget *ikke* har myndighet til å bestemme over fordeling av tilskudd til reindriften.
 - Mellom 27 prosent og 49 prosent vet at Sametinget ikke har nektingsrett til naturinngrep i samiske områder.

Tallene for dette kan tyde på at det er behov for bedre informasjon om denne typen rettigheter både blant samer og ikke-samer.

Forhold som viser størst endring siden 1994 er at

- Flere vet nå at Sametinget har myndighet til å forvalte midler til samiske kulturformål.
- Færre vet nå at Sametinget ikke har myndighet over midler til jordbruket i Troms og Finnmark.
- Færre vet i dag hvem som er Sametingets president.
- Færre vet i dag at samer har enerett til å drive reindrift. 65 prosent av de registrerte samene, 56 prosent av de uregistrerte som oppfatter seg som samer, og 48 prosent av de uregistrerte som ikke oppfatter seg som samer, og de som er ikke-samer, vet dette.

Forskjeller når det gjelder kjønn , alder og utdanning

Kjennskapen til Sametinget og samiske forhold varierer med tradisjonelle demografiske faktorer som alder og utdanning. Bortsett fra kunnskapen om undervisning til samiske barn, har menn bedre kunnskap om samiske forhold enn kvinner. Personer med høy utdanning¹ og yrkesaktive har bedre kunnskap om samiske forhold enn de med lavere utdanning og de ikke-yrkesaktive. Videre viser undersøkelsen at studenter og skoleelever er blant de som har dårligst kunnskap, mens personer i aldersgruppen 30-59 år har best kunnskap. Størst usikkerhet er det blant personer under 30 år og over 60 år². På spørsmålet om Sametingets nektingsrett i forbindelse med naturinngrep er 60-69-åringene imidlertid blant de som har best kunnskap.

Forskjeller mellom de tre kommunetypene

Respondentene i kommuner med høy andel samer har best kjennskap til samenes enerett til å drive reindrift. Her er det for øvrig ikke store forskjeller mellom de ulike kommunetypene.

Respondenter i kommuner med høy andel samer (kommunetype 1) kjenner best til hvem som har flertall på Sametinget, og respondenter i kommuner med lav andel samer (kommunetype 3) kjenner dårligst til dette. 94 prosent av beboerne i kommunetype 1, 82 prosent i kommunetype 2 (kommuner med middels andel samer) og 66 prosent i kommunetype 3 vet at Sven-Roald Nystøer er Sametingets president.

Det er også store forskjeller mellom kommunetypene når det gjelder kjennskapen til om Sametinget ikke har myndighet til å bestemme over reguleringen av reintallet og fordelingen av tilskudd til reindriften.

¹ Universitet/høyskole

² Mange svarer ”vet ikke” på kunnskapsspørsmålene.

Oppsummering og kommentarer

De uregistrerte som oppfatter seg som samer, har generelt sett *ikke* bedre kjennskap til Sametinget og samiske forhold enn befolkningen ellers, for eksempel at samer har rett til undervisning på samisk. Dette er forhold Sametinget kan arbeide videre med.

Undersøkelsen viser at Sametinget kan gjøre en innsats for å øke samenes kunnskap om hvilke rettigheter man har som same (for eksempel rett til undervisning på samisk), og for å øke den ikke-samiske befolkningens kunnskap om hvilke rettigheter samer har eller ikke har til ”land og vann”.

6.3 Holdninger til Sametinget og samiske forhold

Frå å få et inntrykk av respondentenes holdninger til Sametinget og samiske forhold ble det i undersøkelsen satt fram påstander og stilt spørsmål som respondentene ble bedt om å svare på eller vurdere.

6.3.1 Holdninger til at Sametinget ble opprettet

Hele 8 av 10 registrerte og 5 av 10 blant de øvrige gruppene er litt eller meget positive til at Sametinget ble opprettet. Blant de som oppfyller kriteriene for registrering, har 2 av 10 svart ”vet ikke” eller har latt være å svare på dette spørsmålet. Av de registrerte synes 64 prosent at det var meget positivt at Sametinget ble opprettet. Når det gjelder de uregistrerte samene som oppfatter seg som samer, svarer 31 prosent positivt på spørsmålet, mens 25 prosent av de uregistrerte samene som oppfyller kriteriene, men som ikke oppfatter seg som samer, mener det samme. Blant ikke-samene var 26 prosent meget negative til at Sametinget ble opprettet, mens 25 prosent i den samme gruppen mente at det var meget positivt.

6.3.2 Hva skal Sametinget ha myndighet over?

Respondentene ble bedt om å ta stilling til hvilken myndighet Sametinget bør ha, og undersøkelsen viser at det er liten forskjell mellom respondentgruppene i vurderingen av *hva* Sametinget bør ha myndighet over, men at det er relativt store forskjeller på styrken i vurderingene. De som er registrert i samemanntallet, er mest positive til at Sametinget skal ha utstrakt myndighet, mens de som ikke oppfatter seg som samer og de som ikke er samer, er minst positive.

Forhold som respondentene er mest positive til:

HOLDNINGER	1. REGISTRERTE I MANNTALLET	2. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG SOM SAMER	3. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG IKKE SOM SAMER	4. IKKE-SAMER
Forvaltning av samiske kulturminner	80 prosent	61 prosent	48 prosent	56 prosent
Midler til samiske kulturformål	79 prosent	58 prosent	49 prosent	52 prosent
Innholdet i undervisningen til samiske barn	76 prosent	57 prosent	45 prosent	48 prosent
Midler til samiske skoler	74 prosent	53 prosent	35 prosent	39 prosent
Midler til næringsutvikling i samiske områder	74 prosent	43 prosent	33 prosent	36 prosent

Forhold som respondentene er minst positive til

- Mellom 10 og 24 prosent mener at Sametinget skal ha myndighet over skatteinntektene fra den samiske befolkningen.
- Mellom 5 og 43 prosent mener at Sametinget skal ha myndighet over midler til jordbruket i Troms og Finnmark.
- Mellom 6 og 46 prosent mener at Sametinget skal ha myndighet over forvaltningen av land og vann i Finnmark.

Størst gap mellom registrerte samer og ikke-samer finner vi i spørsmålet om Sametinget skal ha nektingsrett til naturinngrep i samiske områder, og om Sametinget skal forvalte midler til næringsutvikling. 68 prosent av de registrerte og 20 prosent av ikke-samene er for at Sametinget skal nektingsrett til naturinngrep i samiske områder.

Sammenliknet med 1994-undersøkelsen er det færre registrerte som nå mener at Sametinget bør ha myndighet til regulering av reintallet. I 1994 mente 68 prosent dette, mens 51 prosent mener det i dag.

6.3.3 Påstander om Sametinget og samiske forhold

Respondentene ble også bedt om å vurdere i hvilken grad de var enige i ulike påstander om Sametinget og samiske forhold. Hovedskillet går også her mellom de som er registrert i samemantallet på den ene siden, og de uregistrerte samene og den ikke-samiske befolkningen på den andre siden.

Påstander som flertallet sa seg helt eller litt enig i:

PÅSTANDER	1. REGISTRERTE SAMER	2. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG SOM SAMER	3. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG IKKE SOM SAMER	4. IKKE-SAMER
Sametinget er viktig for å bevare og utvikle samisk kultur	89 prosent	66 prosent	63 prosent	62 prosent
Sametinget er viktig for den samiske befolkningen	82 prosent	54 prosent	60 prosent	61 prosent
Sametinget fokuserer på ting som ikke er viktige	61 prosent	56 prosent	53 prosent	60 prosent
Stortinget må kunne overprøve alle vedtak fattet av Sametinget	37 prosent	53 prosent	70 prosent	70 prosent

Utover dette mener de registrerte samene i hovedsak følgende:

- 77 prosent er enige i at alle samer bør melde seg inn i samemanntallet.
- 75 prosent mener at samene må få selvbestemmelse i saker som angår det samiske folk.
- 71 prosent er enige i at Sametinget er for lite synlig i samfunnsdebatten.
- 61 prosent mener at Sametinget fokuserer på spørsmål som ikke er viktig (om lag 60 prosent av alle respondentene mener at Sametinget ikke fokuserer på spørsmål som er viktige. I forhold til undersøkelsen i 1994 er 25 prosent flere registrerte samer enige i denne påstanden i dag).

Delte oppfatninger blant uregistrerte samer

Blant de uregistrerte samene som oppfatter seg som samer, er det ganske delte meninger om hva Sametinget bør ha myndighet over. En stor andel av denne gruppen (46 prosent) mener at den samiske befolkningen er bedre representert gjennom andre organer enn Sametinget. 50 prosent mener at samene bør få selvbestemmelse i saker som angår det samiske folk, mens 46 prosent mener på den annen side at samene bestemmer over for mye i dag. Det er 30 prosent i denne gruppen som mener at alle bør melde seg inn i samemanntallet, og 52 prosent mener at samisk språk og kultur bør være obligatoriske fag i norske skoler.

Holdninger blant ikke-samer og uregistrerte samer som ikke oppfatter seg som samer

De sterkeste holdningene blant ikke-samer og uregistrerte samer som ikke oppfatter seg som samer, er at Stortinget må kunne overprøve alle vedtak som er fattet av Sametinget (henholdsvis 70/70 prosent), at Sametinget er viktig for å bevare samisk kultur (62/63 prosent) og viktig for den samiske befolkningen (61/60 prosent). De er også enige i påstanden om at Sametinget fokuserer på

ting som ikke er viktige (60/53 prosent) og at Sametinget i dag bestemmer over for mye (59/64 prosent). Det er 43/37 prosent som mener at alle samer bør melde seg inn i samemantallet, mens bare henholdsvis 18 og 15 prosent mener at samisk språk og kultur bør være obligatoriske fag i norske skoler. I gruppen uregistrerte som oppfatter seg som samer, er 25 prosent enige i påstanden om at Sametinget er en trussel mot personvernet.

Forhold som har hatt størst endring siden 1994

Når det gjelder spørsmål som det lar seg gjøre å sammenlikne med 1994-undersøkelsen, er det få endringer. Den største endringen gjelder vurderingen av Sametingets evne til ha fokus på viktige saker. Ved forrige undersøkelse var 36 prosent av de registrerte samene litt eller helt enige i påstanden om at Sametinget fokuserer på saker som ikke er viktige for dem, mens det tilsvarende tallet nå er steget til om lag 60 prosent³. Noen flere av de registrerte mener nå at Sametinget generelt bør få mer innflytelse (70 prosent i 1994 og 78 prosent i 2001).

Den ikke-samiske delen av befolkningen mener at Sametinget er mer synlig i samfunnsdebatten i dag enn i 1994. Ved forrige undersøkelse mente halvparten av disse respondentene at Sametinget var for lite synlig i samfunnsdebatten, mens det i dag er 13 prosent færre som mener dette.

Forskjeller i forhold til kjønn, alder og utdanning

Blant de registrerte mener noen flere kvinner enn menn at Sametinget skal ha nektingsrett til naturinngrep i samiske områder. Personer mellom 18 og 29 år er mest positive til at Sametinget bør ha utstrakt myndighet. Personer over 60 år er de som i minst grad ønsker dette. Blant personer med universitets- og høyskoleutdanning er det en større andel som mener at Sametinget skal ha myndighet over de ulike områdene enn blant personer med lavere utdanning.

Forskjeller mellom de tre kommunetypene

For alle påstandene er befolkningen i kommuner med høy andel samer (kommunetype 1) mer positivt innstilt til Sametinget og samenes rettigheter enn de to andre kommunetypene. Kommuner med lav andel samer (kommunetype 3) er minst positive. Kommuner med lav og middels andel samer har like synspunkter når det gjelder påstandene om at Sametinget er viktig for den samiske befolkning, at Sametinget må legges ned og at alle samer bør melde seg inn i samemantallet.

6.3.4 Hva bør Sametinget fokusere på?

Det er liten forskjell på *hva* respondentene mener Sametinget bør fokusere på, men det er også her forskjell på *hvor stor grad* de ulike gruppene mener dette. De registrerte samene er mest positive til at Sametinget skal fokusere på de ulike områdene som er nevnt i undersøkelsen.

³ I 1994 var ordlyden på denne påstanden noe annerledes enn i 2001. I 1994 lød påstanden slik: "Sametinget fokuserer på *saker* som ikke er viktige for meg".

Hva Sametinget bør fokusere mest på

- Mellom 63 og 89 prosent mener Sametinget bør fokusere på språk.
- Mellom 58 og 83 prosent mener Sametinget bør fokusere på kultur.
- Mellom 49 og 71 prosent mener Sametinget bør fokusere på skole og utdanning.
- Mellom 64 og 68 prosent mener Sametinget bør fokusere på reindrift.

Hva Sametinget bør fokusere minst på

- Mellom 16 og 25 prosent mener Sametinget bør fokusere på forsvar.
- Mellom 11 og 25 prosent mener Sametinget bør fokusere på by- og tettstedsutvikling.
- Mellom 14 og 27 prosent mener Sametinget bør fokusere på skattespørsmål.

Forskjeller i forhold til kjønn, alder og utdanning

Kvinner som oppfyller kriteriene, men som ikke oppfatter seg som samer, mener i sterkere grad enn menn i samme kategori at Sametinget bør fokusere på media, landbruk samt helse-, sosial- og skattespørsmål. Blant de registrerte er det signifikant flere personer med universitets- og høyskoleutdanning som mener at Sametinget bør fokusere på språk, kultur, fiskeri, arealforvaltning, næringsutvikling og forskning. Unge mellom 18 og 29 år er generelt sett mer positive til at Sametinget skal fokusere på disse områdene enn eldre.

Forskjeller mellom de tre kommunetypene

Befolkningen i kommuner med høy andel samer ønsker sterkere fokusering på de ulike sakene enn befolkningen i kommuner med middels og lav andel samisk bosetting.

Oppsummering og kommentarer

Når det gjelder holdninger til samiske forhold og Sametinget er et av hovedtrekkene at den samiske manntallsførte befolkningen er mer positiv til Sametinget, samiske rettigheter og at Sametingets myndighet skal strekke seg ut over det den gjør i dag, enn ikke-samer og uregistrerte samer som ikke oppfatter seg som samer.

Et annet trekk er at uregistrerte samer som ikke oppfatter seg som samer, generelt er mer negative enn ikke-samer til hvorvidt Sametinget skal ha myndighet til å bestemme over ulike formål, og til påstander om hva Sametinget bør være eller til ulike samiske rettigheter.

At kvinner har et videre interessefelt enn det Sametinget dekker i dag og mener at Sametinget burde fokusere mer på disse tingene, kan ha direkte sammenheng med at færre kvinner er registrert i samemantallet. Personer med høy utdanning er generelt mer opptatt av at Sametinget skal ha mer fokus på saker som for eksempel arealforvaltning, næringsutvikling, fiskeri m.m. Dette er saker som Sametinget allerede arbeider med i dag, men som ifølge disse tallene kanskje ikke kommer godt nok fram for disse velgerne.

6.3.5 Informasjon om Sametinget og samiske spørsmål

Informasjonskilder generelt

På spørsmål om hvilke kilder de har fått informasjon om Sametinget og samiske spørsmål gjennom, viser svarene at det samlet sett er lokalaviser, fjernsyn, NRK Radio og ”venner og bekjente” som er de fire viktigste informasjonskildene blant personene i alle de fire gruppene. I tillegg oppgir spesielt de registrerte samene at de har fått informasjon om Sametinget og samiske forhold gjennom NRK Sámi Radio.

Statskonsult gjennomførte i 2001 en undersøkelse med et representativt utvalg av befolkningen i Norge. Temaene i undersøkelsen var erfaringer med offentlig informasjon, hvordan respondentene ønsket å få informasjon og hvor tilfreds de var med offentlig informasjon. I denne befolkningsundersøkelsen svarte respondentene til sammenligning at de i løpet av 2001 hadde sett, hørt eller lest informasjon fra en offentlig etat først og fremst gjennom henholdsvis fjernsyn, brev/brosjyre i postkassen eller lokalavisen.

Viktigste informasjonskilder for informasjon om Sametinget og samiske spørsmål

	1. REGISTRERTE SAMER	2. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG SOM SAMER	3. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG IKKE SOM SAMER	4. IKKE-SAMER
Fire viktigste kanaler i prioritert rekkefølge.	Lokalaviser 84 prosent	Lokalaviser 84 prosent	Lokalaviser 85 prosent	Lokalaviser 83 prosent
	NRK Sámi Radio 58 prosent	TV 69 prosent	TV 80 prosent	TV 81 prosent
	Venner/familie/bekjente 51 prosent	NRK Radio 57 prosent	NRK Radio 54 prosent	NRK Radio 56 prosent
	TV 50 prosent	venner/familie/bekjente 51 prosent	venner/familie/bekjente 42 prosent	Riksaviser 38 prosent

- Mellom 33 og 51 prosent oppgir venner og familie som viktigste informasjonskilde.
- 58 prosent av de registrerte i manntallet og 36 prosent av de uregistrerte som oppfatter seg som samer, oppgir Sámi Radio som informasjonskilde.
- Lokalaviser, venner/familie og fjernsyn er viktigere informasjonskilder nå enn i 1994. Sámi Radios betydning for registrerte i samemanntallet har gått noe tilbake.

Forskjeller mellom kjønn, alder og utdanning

Vi finner ingen forskjeller når det gjelder hvor menn og kvinner henter informasjon fra. Lokalaviser og fjernsyn er den klart viktigste kilden til informasjon om Sametinget og samiske spørsmål for personer i aldersgruppen 18-29 år. Informasjon fra skoler og institusjoner, venner og familie er også en viktig kilde for denne aldersgruppen. Videre viser undersøkelsen at NRK Radio

har mindre betydning for denne aldersgruppen enn for personer mellom 30 og 69 år. Vi finner ingen signifikante forskjeller i forbindelse med bruk av Internett som informasjonskilde mellom personer i alderen 18-59 år. Vi finner heller ingen klare forskjeller i bruk av informasjonskilder etter utdanningsnivå.

Forskjeller mellom de tre kommunetypene

For alle tre kommunetypene er lokalaviser den viktigste kilden til informasjon om Sametinget og samiske spørsmål. Sámi Radio er signifikant mer viktig for befolkningen i områder med høy andel samer enn for befolkningen i kommuner med lav andel samer. Samiske organisasjoner og sametingsrepresentanter er også viktige informasjonskilder i områder med høy andel samisk befolkning. Fjernsyn og NRK Radio har mindre betydning som informasjonskilde i disse kommunene enn i kommunetype 2 og 3.

6.3.6 Informasjon om mulighetene for registrering i samemantallet

Andel som har sett, hørt eller mottatt informasjon om mulighetene for registrering i samemantallet:

	1. REGISTRERTE SAMER	2. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG SOM SAMER	3. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG IKKE SOM SAMER	4. IKKE-SAMER
Ja	85 prosent	63 prosent	54 prosent	53 prosent
Nei	14 prosent	34 prosent	45 prosent	46 prosent

Forskjeller mellom kjønn, alder og utdanning

Kvinner oppgir i større grad enn øvrige grupper å ha sett, hørt eller mottatt informasjon om registreringsmuligheten. Dette gjelder også personer i aldersgruppen 30-59 år. Det var ingen forskjeller mellom personer med ulikt utdanningsnivå.

Forskjeller mellom de tre kommunetypene

Respondenter i kommuner med høy andel samer har i størst grad mottatt informasjon om mulighetene for registrering i samemantallet.

Viktigste informasjonskilder for registrering i samemantallet

De som har sett/hørt mottatt informasjon om samemantallet fikk den gjennom følgende kanaler:

	1. REGISTRERTE SAMER	2. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG SOM SAMER	3. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG IKKE SOM SAMER	4. IKKE-SAMER
Fire viktigste kanaler i prioritert rekkefølge	Brosjyre 60 prosent	Brosjyre 64 prosent	Brosjyre 53 prosent	Avis 56 prosent
	Avis 47 prosent	Avis 41 prosent	Avis 46 prosent	Brosjyre 43 prosent
	Annonser 30 prosent	Radio 27 prosent	Via slekt/familie 20 prosent	Radio 23 prosent
	Radio 30 prosent	Via slekt/familie 22 prosent	Radio 19 prosent	Annonser 22 prosent

Forskjeller mellom kommunetyper, kjønn, alder og utdanning

Flere respondenter i kommuner med høy og middels andel samer oppgir å ha mottatt brosjyre og brev i posten enn i kommuner med lav andel samisk bosetting. I forskjeller mellom kjønn, alder og utdanning er det ingen signifikante forskjeller.

Oppsummering og kommentarer

De viktigste kildene til generell informasjon om Sametinget og samiske forhold er lokalaviser, fjernsyn, NRK Radio og ”venner og bekjente”. Dette er tall som Sametinget kan ta hensyn til i kommunikasjonen med sine målgrupper. I befolkningsundersøkelsen som Statskonsult gjennomførte i 2001, så vi at Internett er en kanal stadig flere bruker når de selv velger å innhente informasjon fra en offentlig etat. Selv om det var relativt få som svarte at de brukte Internett som kanal for å innhente informasjon de trengte fra en offentlig etat (20 prosent), var dette en dobling og økning på 11 prosentpoeng siden det samme spørsmålet ble stilt i en befolkningsundersøkelse i 2000. Internett er gjerne en kanal som kan gi utfyllende informasjon om ulike saker, og som brukes i kombinasjon med andre informasjonskanaler. Vi mener derfor at Sametinget i tillegg til å ta spesielt hensyn til de fire kanalene som er nevnt øverst, også bør prioritere å bruke sin egen hjemmeside som informasjonskanal i kommunikasjonen med sine egne målgrupper.

På spørsmål om hvordan respondentene hadde fått informasjon om mulighetene for registrering i samemanntallet, var de hyppigst nevnte informasjonskildene:

- brosjyre lagt ut på offentlig sted
- avis
- radio
- annonser
- hørte det av slekt eller familie.

Det kan derfor se ut som om Sametingets informasjonskampanje som pågikk i perioden rett før registreringsfristen 30. april, har virket. Det ble blant annet sendt ut 115.329 husstandsbrosjyrer (”Lar du andre bestemme?”) til beboere i de tre nordligste fylkene og 3.000 ungdomsbrev med registrerings skjema (”Bruk din rett”). Sametinget arbeidet også med nettverksinformasjon om registrering i samemanntallet, og ifølge tallene fra samemanntallet kan det se ut som om også de tiltakene som ble gjennomført på dette området, har hatt innvirkning på de valgte målgruppene for dette. Finnmark var det fylket som hadde den høyest andelen nyregistrerte i 2001 (53 prosent) og fikk 848 nyregistrerte i manntallet i 2001.

Det ble også rykket inn annonser i alle landets aviser om registrering i samemanntallet, og en høy andel av respondentene registrerte samer og ikke-samer har lagt merke til dette, mens de viktigste målgruppene for dette tiltaket – nemlig de uregistrerte samene – ikke har hatt spesielt høy oppmerksomhet omkring annonseringen.

Siden mange i alle de fire gruppene nevner aviser som sin informasjonskilde for registrering i samemanntallet, antar vi at dette skyldes redaksjonell dekning i

pressen om mulighetene for registrering i samemanntallet – kanskje i tilknytning til andre saker. For å kunne måle om dette virkelig er tilfellet, anbefaler vi at Sametinget i fremtiden samler, systematiserer og analyserer aktuelle presse- og medieklipp. Dette vil gjøre det mulig å si noe mer presist om det for eksempel er mediedekningen av registreringen i samemanntallet som gjør at respondentene oppgir ”aviser” som en av de viktigste kildene for informasjon om registrering i manntallet.

Når det gjelder respondentenes kanalpreferanser for informasjon om Sametinget og samiske forhold generelt, oppgir spesielt de registrerte samene NRK Sámi Radio som informasjonskilde. Det er derfor nærliggende å tro at NRK Sámi Radio også er en viktig informasjonskanal for registrering i samemanntallet for de samisktalende gruppene.

6.3.7 Registrering i samemanntallet

I breddeundersøkelsen er det stilt en rekke spørsmål og satt fram påstander om holdningene rundt registreringen i samemanntallet, som respondentene ble bedt om å vurdere. Hensikten var å få kartlagt om de som oppfyller kriteriene for å registrere seg i samemanntallet hadde vurdert å registrere seg, finne årsaker til hvorfor noen av dem velger å registrere seg mens andre velger å stå utenfor, samt få ideer om hva som eventuelt skal til for at de skal registrere seg.

Andel som har vurdert å registrere seg i samemanntallet

Har du noen gang vurdert å registrere deg i samemanntallet?

	2. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG SOM SAMER	3. UREGISTRERTE, OPPFATTER SEG IKKE SOM SAMER
Ja	44 prosent	24 prosent
Nei	40 prosent	72 prosent
Vet ikke	16 prosent	4 prosent

Det var ingen signifikante forskjeller mellom kommunetyper, kjønn, alder og utdanning.

Oppsummering og kommentarer

De uregistrerte som oppfatter seg som samer, men ikke har vurdert å registrere seg, har til nå ikke brukt sentral rute for bearbeiding av informasjonen. Noen i denne gruppen vil være motivert og ha muligheten til å bearbeide informasjon og vil da kunne følge den sentrale ruten. Dette vil antakelig være de som tidligere er omtalt som den *søkende* gruppen. Andre vil ikke ha motivasjon eller mulighet og vil tilhøre den *ignorerende* gruppen.

I gruppen som omfatter de uregistrerte som ikke oppfatter seg som samer, vil man antakelig finne samme resultat som beskrevet ovenfor. I tillegg vil det her være en stor gruppe som oppfatter registrering som irrelevant for dem. Dette underbygges av funn andre steder, blant annet i svarene på neste spørsmål.

6.3.8 Årsak til at man ikke har registrert seg i samemanntallet

De seks hyppigste årsakene til ikke å registrere seg i samemanntallet blant de uregistrerte som oppfatter seg som samer:

- Det ikke er viktig for meg (39 prosent)
- Jeg kjenner ikke til hva Sametinget gjør (26 prosent)
- Jeg er i mot at Sametinget eksisterer (23 prosent)
- Jeg er i mot at de skal eksistere et slikt manntall (22 prosent)
- Jeg kjenner ikke til hvordan jeg skal gjøre det (21 prosent)
- Det gir meg ingen fordeler (17 prosent)

De fem hyppigste årsakene til ikke å registrere seg i samemanntallet blant de uregistrerte som *ikke* oppfatter seg som samer:

- Det ikke er viktig for meg (68 prosent)
- Jeg er i mot at Sametinget eksisterer (29 prosent)
- Jeg er i mot at de skal eksistere et slikt manntall (24 prosent)
- Samiske spørsmål angår ikke meg (22 prosent)
- Det gir meg ingen fordeler (16 prosent)
- Jeg ønsker ikke å identifisere meg med det samiske (16 prosent)

Blant de som føler seg som samer, er det årsaker som går på viktighet og kjennskap som er de dominerende grunnene til at de ikke er registrert.

Blant de som ikke oppfatter seg som samer, er årsakene naturlig nok i større grad at det samiske står fjernere fra deres identitet.

Forskjeller mellom kommunetyper, kjønn, alder og utdanning

Befolkningen i kommuner med høy andel samer er mer usikre på hva Sametinget gjør og hvordan man skal gå fram for å registrere seg, enn befolkningen i de øvrige kommunetyperne. Den årsaken som nevnes oftest av personer mellom 18 og 29 år er at de ikke har registrert seg fordi det ikke angår dem eller er viktig for dem. Det er ingen forskjeller etter alder, kjønn og utdanningsnivå.

6.3.9 Hva ville fått uregistrerte til å registrere seg i samemanntallet

På spørsmål om hva som kan få flere samer til å registrere seg i samemanntallet, svarer de uregistrerte som oppfatter seg som samer:

- At Sametinget fokuserer mer på spørsmål som er viktige for meg (33 prosent)
- Ingenting, jeg er motstander av samemanntallet (25 prosent)
- At jeg fikk mer informasjon om hva Sametinget gjør (21 prosent)
- At Sametinget var mer synlig i samfunnsdebatten (20 prosent)
- At jeg fikk bedre informasjon om hvordan jeg skal melde meg inn (17 prosent)
- At det fantes flere partier som jeg har lyst til å stemme på (17 prosent)

De uregistrerte som *ikke* oppfatter seg som samer, svarer henholdsvis:

- Ingenting; jeg er motstander av samemanntallet (31 prosent)
- At Sametinget fokuserer mer på spørsmål som er viktige for meg (23 prosent)
- Vet ikke (17 prosent)
- At jeg fikk mer informasjon om hva Sametinget gjør (15 prosent)
- At Sametinget var mer synlig i samfunnsdebatten (11 prosent)
- At det ga meg flere fordeler/at jeg fikk bedre informasjon fra politiske partier/lister om hva de mener i aktuelle saker (9 prosent)

Forskjeller mellom kommunetyper, kjønn, alder og utdanning

I kommuner med høy andel samer sier en fjerdedel at Sametinget bør fokusere på spørsmål som er viktige, dersom de skal melde seg inn. Mange etterlyser også mer informasjon om hva Sametinget gjør. I de to andre kommunetyperne er det om lag 30 prosent som sier at ingenting ville fått dem til å registrere seg, fordi de er motstandere av samemanntallet. Blant personer mellom 18 og 29 år er det flest som sier at de ville registrert seg dersom Sametinget fokuserte på ting som var viktige for dem og at det ga dem flere fordeler. Det er ingen forskjeller mellom kjønn eller utdanningsnivå.

Oppsummering og kommentarer

De uregistrerte samene som ikke hadde vurdert å registrere seg, oppgir først og fremst at de ikke har registrert seg fordi det ikke er viktig for dem, at de er i mot at Sametinget eksisterer eller i mot at det skal eksistere et slikt manntall. Dessuten kjenner de ikke til hva Sametinget gjør. De oppgir også at det ikke gir dem noen fordeler. Denne gruppen har sannsynligvis heller ingen intensjoner om å registrere seg i manntallet i fremtiden. På spørsmål om hva som kunne fått dem til å registrere seg, oppgir de fleste at ingenting kunne fått dem til å registrere seg i manntallet fordi de er motstander av det, eller at Sametinget må fokusere mer på spørsmål som er viktige for dem. De oppgir også at de ønsker mer informasjon om hva Sametinget gjør og at Sametinget bør være mer synlig i samfunnsdebatten.

Før denne gruppen kommer til å registrere seg i samemanntallet, tror vi de må ha gjennomgått en holdningsendring som har utspring i en spesiell sak eller hendelse som har vært viktig for dem, og at de har fått tilgang til relevant informasjon om dette eller om Sametinget og samiske saker generelt.

Det er rimelig å anta at personer med god kunnskap om Sametinget og samiske forhold er positive til at Sametinget skal ha utstrakt myndighet. Undersøkelsen viser imidlertid at det ikke er noen sammenheng mellom god kjennskap til Sametinget og ”positive” holdninger til økt myndighet. En årsak til dette kan være at det er stor usikkerhet i alle gruppene når det gjelder hvilke myndighetsområder Sametinget har. En annen årsak er at kvinner og unge har lavere kunnskaper om Sametinget og samiske forhold samtidig som de er mer ”positive” til økt myndighet for Sametinget.

Vi har også foretatt analyser for å avdekke hvilke informasjonskilder som benyttes av personer med god kjennskap til samiske forhold. Det ville være rimelig å anta at de som har god kjennskap til Sametinget, særlig henter eller

mottar informasjon fra samiske miljøer (samiske organisasjoner og sametingsrepresentanter, Sámi Radio). Dette er imidlertid bare gjeldende i noen meget få tilfeller, for eksempel om samenes enerett til å drive reindrift. Våre analyser viser at de som mener at Sametinget skal ha stor grad av myndighet, oftere oppgir å ha mottatt informasjon fra organisasjoner og sametingsrepresentanter og Sámi Radio. Også venner, familie og bekjente er en viktig informasjonskilde for denne gruppen.

7 Dybdeundersøkelsen

7.1 Bakgrunn

Funnene i breddeundersøkelsen brakte fram nye problemstillinger og spørsmål om samemanntallets potensielle målgrupper, som både Sametinget og Statskonsult ønsket å belyse og innhente mer informasjon om. Det ble derfor gjennomført en kvalitativ dybdeundersøkelse som kunne gi mer detaljerte svar og flere nyanser om målgruppenes kjennskap og holdninger til Sametinget, samiske forhold og forhold rundt registreringen i samemanntallet. Hensikten var å få mer bakgrunnsinformasjon til Sametingets kommunikasjonsstrategi for registreringen i samemanntallet for perioden 2001-2005. Kommunal- og regionaldepartementet viste seg også interessert i å finne ut mer om dette og står derfor som oppdragsgiver for dybdeundersøkelsen sammen med Sametinget.

Etter en anbudsrunde ble Agenda Utredning & Utvikling AS valgt til å gjennomføre den kvalitative dybdeundersøkelsen. Fra Agenda var Otto Hauglin prosjektleder og ansvarlig for intervjuarbeidet, Geir Vinsand deltok i alle faser av prosjektet, og Hilde Bohinen var ansvarlig for kontakt med alle deltakerne og planla det praktiske for fokusgruppene.

7.1.1 Målgrupper, metode og utvalg

På bakgrunn av arbeidet med kampanjen for registrering i manntallet og funn fra breddeundersøkelsen, ble det besluttet å undersøke de målgruppene, intervjumetodene og utvalgene som er beskrevet i tabellen under.

MÅLGRUPPENE	INTERVJU-METODE	UTVALG
<p>Nyregistrerte samer (i 2001)</p> <p>Bakgrunn: De som nylig har foretatt en aktiv handling, som var målet med informasjonstiltakene før Sametingsvalget i 2001, kan være representative for de uregistrerte samene som oppfatter seg selv som samer. Det var ønskelig å undersøke hva som fikk dem til å foreta handlingen og hvilke erfaringer de gjorde i ettertid.</p> <p>Andre utvalgskriterier:</p> <ul style="list-style-type: none">• Førstegangselgere mellom 18-21 år• Kvinner i alderen 18-65 år• En geografisk blandet gruppe med samer under 30 år fra byer og kystområder	<p>Fokusgrupper/ gruppeintervjuer</p>	<p>Sentralkontoret for Folkeregistrering foretok uttrekk av alle nyregistrerte i 2001 og framskaffet navn- og adresseopplysninger, samt opplysninger om kjønn, alder og bostedskommune. Den konkrete utvalgstrekkningen ble gjort av Agenda gjennom skriftlig invitasjon pr. brev i to omganger og oppfølging på telefon. Tillatelse ble gitt fra Sametinget, som er registereier.</p> <p>Bruttoutvalg: 276 personer som skulle rekrutteres til fem ulike fokusgrupper. Maks 6-8 personer pr. gruppe.</p> <p>Nettoutvalg: 17 personer fordelt på fire fokusgrupper.</p>

<p>Personer med samisk bakgrunn, som ikke oppfattet seg som samer, og som heller ikke var registrert i samemantallet.</p> <p>Bakgrunn: En hypotese om at det største potensialet for registrering kan realiseres dersom en holdningsendring finner sted.</p> <p>Andre utvalgsriterier:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Førstegangsvelgere mellom 18-21 år • Kvinner i alderen 18-65 år • En geografisk blandet gruppe med samer under 30 år fra byer og kystområder 	<p>Individuelle intervjuer</p>	<p>Intervjupersonene ble rekruttert ved hjelp av 12 ledere av sameforeninger, som videreformidlet navn på personer de trodde passet i denne målgruppen. Rekruttering ble foretatt pr. telefon av Agenda og til dels av Sametinget. Opplysninger om hvem som var kilden til informasjon om dem, ble gitt til alle som ble kontaktet.</p> <p>Bruttoutvalg: 44 personer</p> <p>Nettoutvalg: 6 personer</p>
---	--------------------------------	---

Utvalg 1 - fokusgrupper

Utvalget til målgruppen ”nyregistrerte samer” ble som i tabellen under. (Bostedskommune/oppvekstkommune, kjønn og alder på deltakerne i fire fokusgrupper):

GRUPPE	ANTALL DELTAKERE	BOSTEDSKOMMUNE/OPPVEKSTKOMMUNE, KJØNN OG ALDER
Blandet gruppe Ø.Finnmark (Tana Bru 12.3)	7	2 bosatt i Vadsø, hvorav 1 opprinnelig fra Loppa 1 bosatt i Båtsfjord, opprinnelig fra Kvalsund 3 bosatt i Sør-Varanger, hvorav 2 opprinnelig fra Tana 1 bosatt i Asker/Sør-Varanger, opprinnelig fra Tana 4 menn og 3 kvinner Aldersfordeling: 1=41 år, 1=40 år, 1=38 år, 2=34 år, 1=19 år, 1= 18 år
Kvinner 25-40 år fra N.Troms og V. Finnmark (Alta 8.4)	5	1 bosatt i Alta 1 bosatt i Porsanger 1 bosatt i Oslo, opprinnelig fra Porsanger 2 bosatt i Karasjok Alle kvinner Aldersfordeling: 1=38 år, 1=37 år, 1=35 år, 1=31 år, 1=28 år
Ungdom 18-25 år fra N.Troms og kyst Finnmark (Alta 9.4)	3	1 bosatt i Oslo, flyttet fra Tromsø, tidligere Nesseby 1 bosatt i Tromsø, opprinnelig fra Karasjok 1 bosatt i Tromsø, opprinnelig fra Tana, bodd i Nesseby

		3 kvinner Aldersfordeling: 1=24 år, 1=23 år, 1=19 år
Ungdom 18-25 år fra indre Finnmark (Kautok. 10.4)	2	1 bosatt i Tana 1 bosatt i Kautokeino 2 kvinner 1=19 år, 1 omtrent på samme alder

Utvalg 2 – personlige intervjuer

Seks personer, derav to kvinner og fire menn i alderen 35-65 år. Oppvokst i henholdsvis Pasvik, Tana, Karasjok, Kautokeino og Alta (2). Nåværende bosted var Tana, Alta (3), Tromsø og Oslo. Yrkestilknytning: skoleverket, helsevesenet, kommunal tjenesteyting og privat tjenesteyting.

Presentasjon av funn i dybdeundersøkelsen sammenliknet med funn fra breddeundersøkelsen

I kapittel 7.2 og 7.3 presenterer vi funn fra dybdeundersøkelsen og sammenligner dem med funn fra breddeundersøkelsen.

Resultatene fra dybdeundersøkelsen er todelt. Den første delen (7.2) presenterer resultater fra fokusgruppeintervjuene som retter seg mot nyregistrerte samer, og som i forhold til breddeundersøkelsen befinner seg i *Målgruppe 1: "Registrerte samer"*.

Den andre delen (7.3) tar for seg de personlige intervjuene som retter seg mot samer som oppfyller kriteriene for å melde seg inn i samemanntallet, men som av ulike årsaker ikke har registrert seg. I breddeundersøkelsen representerer de *Målgruppe 3: "Uregistrerte samer som oppfyller de objektive kriteriene, men som ikke oppfatter seg som samer"*.

7.2 Funn fra intervjuene med fokusgruppene

Temaer som skulle belyses i intervjuene med fokusgruppene for målgruppen "nyregistrerte samer":

1. *Den enkeltes bakgrunn og forhold til det samiske*
2. *Årsaker til registrering*
3. *Registreringsatferd og hindre for registrering*
4. *Konsekvenser av registreringen*
5. *Forventninger til Sametinget*
6. *Tiltak for økt registrering*

7.2.1 Den enkeltes bakgrunn og forhold til det samiske – hovedfunn

Her ble det stilt spørsmål om den enkeltes forhold til objektive kriterier som slektstilhørighet og språktilhørighet, dels til subjektive kriterier som spørsmål

om man oppfatter seg selv som same og på hvilken måte man føler tilhørighet til det samiske.

Alle som deltok i gruppeintervjuet, var av samisk slekt og var heller ikke i tvil om dette før de registrerte seg. Men mange ga uttrykk for at de hadde liten kjennskap til sine samiske røtter, og at dette hadde sammenheng med at foreldrene deres var ”barn av fornorskingsprosessen”, der mye av det samiske ble undertrykt og holdt skjult. Dette kunne for noen av intervjupersonene gi seg uttrykk i sterke opplevelser fra hjemmet, hvor det kunne være forbudt ikke bare å praktisere språket og samiske skikker, men også å spørre sine foreldre om samiske slektsforhold. Det kunne til og med være dårlig likt eller tilnærmet forbudt å innlede vennskap eller kjærlighetsforhold til samer.

Flere av deltakerne ga uttrykk for at det i dagens samfunn både er lettere og mer legitimt å søke etter sine samiske røtter sammenliknet med foreldregenerasjonen. Selv om foreldrene og deler av familien fortsatt kan være sterkt preget av fornorsking og undertrykking av det samiske, bidrar utdanningssamfunnet, utbyggingen av de samiske institusjonene og ulike samiske tilbud til at det er lettere ”å bryte ut” fra foreldrenes tilpasning. Flere av deltakerne snakket om at det skjer en form for kulturell frigjøring som er særlig sterk utenfor de samiske kjerneområdene. Blant deltakerne var det stor overvekt av personer fra byer og kystkommuner, hvor personer med samisk bakgrunn utgjør en liten andel av befolkningen.

Samer utenfor samiske kjerneområder

Samer som i dag bor utenfor de samiske kjerneområdene, uttrykte forståelse for hva det rent subjektivt sett innebærer å være same. Dette førte til at Agenda brukte begrepet ”De nye samene”. Disse ser ut til å ha en annen forståelse av hva det innebærer å være same, sammenliknet med majoriteten og særlig med den eldre generasjonen i de samiske kjerneområdene. De nye samene har ifølge undersøkelsesresultatene følgende forståelse av hva det innebærer å være same i forhold til sin egen opplevelse av tilhørighet, språk, kultur og politikk:

TILHØRIGHET	POLITIKK
<ul style="list-style-type: none">• føler en sterk tilhørighet til egne samiske røtter og til det samiske folk.• føler at de står ganske alene med sine samiske følelser, både i familien, i vennekretsen, i skolen, på arbeidet og i lokalsamfunnet.• står ofte utenfor debatt og diskusjoner som foregår på samisk i samiske institusjoner og medier.• har ingen tilknytning eller svak tilknytning til de samiske partiene.• kan ha opplevd negative reaksjoner og hatt følelse av diskriminering fra nordmenn.• kan også ha opplevd at de ikke blir sett på som fullverdige samer av samer fra de samiske kjerneområdene.• markerer og eksponerer seg lite som	<ul style="list-style-type: none">• ønsker å delta i aktivt samepolitisk arbeid, at de kan protestere på sin måte og arbeide med samepolitiske saker i lokale nettverk.• mange står ikke på lag med Sametinget i viktige samepolitiske saker. Det er bred enighet om viktigheten av språk og samisk kultur, men ulik forståelse av hvor viktig det er at samene sikrer seg materielle rettigheter i forhold til den norske befolkningen (land og vann, Snøhvit etc.). Ofte reageres det mot håndteringen av de store stridsspørsmålene fordi det bidrar til konflikt og ikke sameksistens og forsoning i lokalsamfunnene.• er sterkt opptatt av at samefolkets ledere og de samiske institusjonene

<p>samer ut fra dårlige erfaringer. Deres samiske tilhørighet kan ha karakter av å være et ”personlig prosjekt” i påvente av større aksept for en utvidet forståelse av det samiske samfunn.</p> <ul style="list-style-type: none"> er usikre på om de er velkommen inn i det samiske samfunnet av dagens sameledere og samene i de samiske kjerneområdene. 	<p>mangler et klart budskap til samer utenfor de samiske kjerneområdene. Dette understøttes av funn i breddeundersøkelsen.</p> <ul style="list-style-type: none"> er sterkt opptatt av at samepolitikken og de samiske institusjonene trenger fornyelse. De mener at samepolitikken i større grad må dreie seg om lokale saker og identitetspolitikk og i mindre grad om de store stridsspørsmålene og forholdet til staten. ønsker på ulike måter å delta med sin kompetanse, sine ideer og sine forslag for å styrke det samiske samfunnet.
SPRÅK	KULTUR
<ul style="list-style-type: none"> kan ofte lite eller ikke noe av det samiske språket, men kan ha stor interesse for å lære det. 	<ul style="list-style-type: none"> kan stå fram som same i diskusjoner eller ved å bruke kofte eller markere 6. februar. kan lite duodji, lite om reindrift og lite om andre kulturelle uttrykksformer som er typisk for den tradisjonelle samiske livsformen.

Samer fra samiske kjerneområder

Blant deltakerne med nær tilknytning til de største samekommunene ble følgende trekk trukket ut som typiske knyttet til tilhørighet, språk, kultur og politikk.

TILHØRIGHET	POLITIKK
<ul style="list-style-type: none"> uttrykker klarere og med større sikkerhet at de er samer og har en samisk identitet. For de fleste er deres samiske identitet en selvfølge og ikke noe stort tema. gir uttrykk for forståelse for ”De nye samenes” situasjon og er også usikre på om ”De nye samene” er velkommen inn i det samiske selskap av dagens samepolitiske ledere. 	<ul style="list-style-type: none"> har mange likhetstrekk med ”De nye samene” når det gjelder oppfatningen av de samiske lederne, Sametinget og hva som er viktige samepolitiske saker. De virker mer opptatt av å slåss for samiske rettigheter utover språk og myke kultursaker. kjennskapsnivået og interessen for store samepolitiske saker og de samiske partiene varierer. Alder, samt yrkes- og utdanningsbakgrunn, ser ut til å være viktig for den politiske interessen. de unge sier de har lite kontakt med og føler seg lite berørt av de samiske partiene.
SPRÅK	KULTUR
<ul style="list-style-type: none"> samiske kulturelle uttrykksformer, som bruk av det samiske språk, kofte osv., er i større grad en del av det daglige liv. 	<ul style="list-style-type: none"> kjenner også til eller har selv opplevd konflikter mellom samer fra ulike distrikter, mellom samer og kvener og mellom samer og nordmenn.

Oppsummering og kommentarer

Undersøkelsen viser at det er grunnlag for å skille mellom samer utenfor de samiske kjerneområdene, som kan være usikre på sin samiske identitet, og samer innenfor de samiske kjerneområdene, hvor identiteten som same er en større selvfølge. Denne forskjellen har trolig mye med avstand til den

tradisjonelle samiske livsformen å gjøre. Avstanden kan være skapt ved at "livet har tatt andre veier" gjennom slekt, bosted, utdanning eller arbeid.

De "utenfor" kan synes å bli utsatt for mer motstand mot sin "samiskhet" både fra samer og ikke-samer med hensyn til tilhørighet, språk, kultur og politikk. Det kan også synes som om de må over flere "barrierer" enn samer fra kjerneområdene, dersom de skal leve ut sin samiskhet. Denne gruppen har også større avstand til Sametinget og de sakene som Sametinget jobber med, og gir uttrykk for at de ønsker større engasjement om samisk identitet og lokale saker og mindre engasjement i forhold til nasjonale konfliktsaker, som for eksempel samiske rettigheter til land og vann.

Ved å sammenlikne de typiske trekkene i dybdeundersøkelsen om samer i og utenfor de samiske kjerneområdene med funn fra breddeundersøkelsen, kan vi se også her at befolkningen i kommuner med høy andel samer (kommunetype 1) er generelt mer positive til Sametinget enn respondenter i de to andre kommunetypene. Denne sammenlikningen gjelder spesielt spørsmål om ulike forhold rundt Sametinget og samiske forhold og hvorvidt Sametinget er for lite synlig i samfunnsdebatten eller fokuserer på saker som er viktige for respondentene.

Vi anbefaler at Sametinget er oppmerksomme på forholdene som er diskutert over, når de er i kontakt og kommunikasjon med samer som er bosatt utenfor de samiske kjerneområdene. Undersøkelsene kan tyde på at det er blant disse gruppene en finner det største potensialet for nyregistrering.

7.2.2 Årsaker til registrering – hovedfunn

Det ble det stilt spørsmål om hva som fikk den enkelte til å registrere seg i samemantallet. I dette ligger nærmere spørsmål om hva som var formålet med registreringen, om det ble oppfattet som viktig og hvorfor handlingen eventuelt var viktig.

Det er viktig å observere at aldersprofilen på deltakerne antyder at det i mange tilfeller kan ta lang tid før man registrerer seg i samemantallet. Registrering er for de fleste en modningssak. Dette gjelder trolig først og fremst samer utenfor de samiske kjerneområdene, hvor det er mange som kan være usikre på sin samiske identitet og om de er velkommen inn i det samiske selskap. I intervjuene var det også eksempler på samer innenfor de samiske kjerneområdene som har ventet relativt lenge med å registrere seg.

De mest typiske begrunnelsene for å registrere seg i samemantallet så ut til å ha basis i følgende hovedårsaker:

- *Tradisjon:* Gjelder samer som oppfatter registrering som en selvfølge og som en form for arvet eller tradisjonsbundet atferd.
- *Personlig prosjekt:* Gjelder samer som ser registreringen som et personlig prosjekt knyttet til egen identitet og et ønske om å få ro om "hvem jeg er og hvor jeg kommer fra".

-
- *Politisk interesse:* Gjelder samer som registrerer seg fordi de vil ha stemmerett og fordi de vil være med på å bestemme og påvirke utviklingen i det samiske samfunnet.
 - *Protest:* Gjelder samer som registrerer seg fordi de ønsker å protestere mot hemmelighold, undertrykking eller feilinformasjon om det samiske i familien eller i lokalsamfunnet.

Flere av deltakerne framhevet et ønske om at Sametinget ville fokusere mer på lokale saker og lokale prosesser for dermed å inkludere og invitere flere inn i det samiske samfunnet. Problemløsning gjennom lokal mobilisering og lokal dialog ble framhevet som kanskje det viktigste for å lykkes med både å få flere til å registrere seg og å gjøre livet lettere for samene i forhold til nordmenn.

Oppsummering og kommentarer

44 prosent av de uregistrerte som oppfatter seg som samer, og 24 prosent av de uregistrerte som *ikke* oppfatter seg som samer, har ifølge breddeundersøkelsen vurdert å registrere seg i samemanntallet. De nyregistrerte samene i dybdeundersøkelsen representerer kanskje en del av de 44 prosent uregistrerte samene som oppfatter seg som samer, fra breddeundersøkelsen. Siden de nyregistrerte i dybdeundersøkelsen er spesielt opptatt av muligheten til å påvirke samepolitikken og oppgir at de ønsker spesielt fokus på problemløsning gjennom lokal mobilisering og lokal dialog, bør Sametinget for eksempel være oppmerksom på og sørge for god informasjon om slike saker.

I breddeundersøkelsen er det ikke spurt om *hva* som fikk den enkelte til å registrere seg i samemanntallet, men hvorfor de *ikke* har registrert seg, og hva som skal til å for at de skulle registrere seg. Svarene som er gitt på disse spørsmålene, går først og fremst ut på at det å være registrert i samemanntallet ikke er viktig for dem, at de er i mot samemanntallet m.m.

7.2.3 Registreringsatferd og hindre for registrering – hovedfunn

Det ble det stilt spørsmål om omstendighetene og situasjonen rundt selve handlingen, dvs. i hvilken situasjon man var i da registreringen ble foretatt, på hvilken måte man foretok registreringen og om den enkelte støtte på praktiske hindringer.

De fleste av deltakerne hadde ikke noe spesielt å bemerke til selve registreringen eller det praktiske knyttet til den. Ganske mange ga derimot uttrykk for at sted og tidspunkt for registreringen var tilfeldig, og at de hadde inntrykk av at mange ikke visste hvor de kunne få tak i registreringsskjema.

Noen typiske former for registreringsatferd

- Noen gjorde det på egen hånd ved at de tok kontakt med Sametinget, kommunen eller skaffet seg registreringsskjema på nett.
- Noen tok beslutningen om å registrere seg etter påtrykk og veiledning fra noen i familien eller ved at registrering kom opp som tema i familieselskap eller slektstreff.
- Noen ble påvirket gjennom skolen ved at aktive samepolitikere var på vervekampanje eller ved at andre registrerte på skolen tok kontakt. Både

fra elever og andre ble det sagt at det er viktig at informasjonsmateriell og registreringsskjema er lett tilgjengelig på de videregående skolene.

Mangel på kunnskap om kriteriene for å registrere seg

Det ble gitt inntrykk av at det var en utbredt mangel på kunnskap om kriteriene for å bli registrert i manntallet, både om de objektive og de subjektive kriteriene. Flere av deltakerne sa det var først gjennom deltakelsen i fokusgruppen at de ble oppmerksom på innholdet i registreringsskjemaet. Dette har imidlertid ikke hindret dem fra å registrere seg. Mangelen på kunnskap om manntallet kan henge sammen med flere forhold, både mangel på interesse for å oppsøke informasjon, og at en del ikke har fått eller sett informasjon om manntallet i sine omgivelser.

Registreringsmuligheter og tilgjengelighet

Fra flere av de som la vekt på at registreringstidspunktet var en ren tilfeldighet, ble det sagt at ”hvis jeg ikke hadde hatt tilgang til skjema der og da, ville jeg trolig ikke registrert meg før Sametingsvalget i 2001” eller ”hvis jeg ikke hadde gjort det med en gang, kunne det gått flere år før jeg ville vurdert å melde meg inn”. Dette tyder på at det er viktig at registreringsskjemaet er lett tilgjengelig i situasjoner hvor det er legitimt å drøfte temaet (for eksempel på skolen eller andre steder i lokalmiljøet) eller hvor det er naturlig at registrering kan bli drøftet (i hjemmet, på slektstreff etc.). I noen tilfeller ble det pekt på at registreringsrutinene ikke helt fungerer i tilfeller hvor man bytter bostedskommune. En av deltakerne hadde tidligere vært registrert i manntallet, men måtte melde seg inn på ny etter flytting. Det ble sagt at dette er et kjent problem som gjelder flere og det er derfor grunn til å vurdere bedre samordning mellom kommunene og Sametinget om dette.

Oppsummering og kommentarer

Disse funnene fra dybdeundersøkelsen kan umiddelbart se ut til ikke å stemme med funnene fra breddeundersøkelsen, der respondentene gav uttrykk for at de visste hvordan de skulle registrere seg. Det kan imidlertid være et langt sprang fra det å vite hvordan man skal registrere seg til det å ha muligheten til å gjøre det på en arena hvor en både er motivert og har evner og muligheter til det.

Prat med familie, venner, kolleger, skolekamerater, samepolitikere og andre om registrering i samemanntallet ser ut til å ha innvirkning på om den enkelte faktisk går til det skritt å registrere seg. En samtale eller diskusjon som gir legitimitet til egne standpunkter, kan se ut til å være utslagsgivende. I breddeundersøkelsen finner vi også at en relativt høy andel av de registrerte samene oppgir at de har fått informasjon om muligheten til å registrere seg i samemanntallet gjennom ”at de hørte det av kolleger, venner og/eller bekjente” (26 prosent), ”hørte det av slekt eller familie” (20 prosent), ”fikk informasjon gjennom lag eller organisasjoner” (19 prosent) og ”gjennom kandidater, partier eller lister til Sametinget” (22 prosent). Dette indikerer at muntlig kommunikasjon og nettverkskommunikasjon kan være viktige former å ta i bruk ved informasjonstiltak overfor uregistrerte samer.

I tillegg er det viktig at informasjon om registrering i samemanntallet er tilgjengelig der de uregistrerte samene ferdes, eller at de blir informert om hvor

de finner informasjon om registreringen. Markedsføring av Sametingets nettside gjennom andre etablerte kanaler er et eksempel på dette.

7.2.4 Konsekvenser av registreringen – hovedfunn

Her ble det stilt spørsmål om registreringen har fått noen konsekvenser, dvs. dels personlige konsekvenser, som styrket identitet eller større engasjement og deltakelse i samiske partier eller organisasjoner, dels reaksjoner fra omgivelsene på handlingen.

De deltakerne som så på registrering som en selvfølge og som ikke var spesielt politisk interessert, pekte ikke på andre konsekvenser enn at de helt enkelt fikk stemmerett. Dette var spesielt karakteristisk for ungdommer fra indre Finnmark.

De fleste hadde benyttet stemmeretten ved Sametingsvalget, men ikke alle. Heller ikke alle oppfattet det som viktig å stemme, fordi de følte at samepolitikken ikke angikk dem.

Igjen ble det etterlyst mer diskusjon om samisk identitet og vektlegging av lokalpolitikk fra Sametingets side. Flere mente også at Sametinget ”er for gamle gubber og steinharde kvinner” og at Sametinget mangler en tydelig ungdomspolitik. For de fleste var likevel registreringen en aktiv handling som fikk konsekvenser på ulike plan, for eksempel slik det er gjengitt i tabellen under :

TILHØRIGHET	POLITIKK
<ul style="list-style-type: none">• Det ble sagt at registreringen var en milepæl og en viktig hendelse for personlig utvikling. Noen uttrykte at de ”endelig falt til ro”, at ”det var som å komme hjem” og at ”en lang kamp med mye usikkerhet og frustrasjon er gått over”. Ofte ble registreringen oppfattet som et startpunkt for læring av språk, bruk av kofte og bredere deltakelse i den samiske kulturen. Noen hadde også flyttet til områder med større samiske miljøer etter at de var registrert.• Noen følte seg modige og sterke av at de hadde våget å stå opp i familien, blant venner eller i lokalsamfunnet. Det ble sagt at dette kan koste mye ved at ”jeg får noen stive blikk når jeg tar på meg kofte” eller at man kommer i direkte konflikt med familie og venner.• Noen refererte også til andre typer negative reaksjoner og da spesielt fra andre samer, for eksempel ved skolegang eller kontakt med personer fra indre Finnmark. Kommentarer som at ”du er ikke same når du ikke kan snakke samisk” eller ”du kan ikke representere samer i idrett. du	<ul style="list-style-type: none">• Ganske mange uttrykte at de kunne tenke seg å bli aktive i politisk arbeid, men at de var usikre på om de hadde noe å bidra med. I minst ett tilfelle ble det vist til at det var startet et organisert lokalt mobiliseringsarbeid for å lage møteplasser mellom samer og bygge opp et samisk nettverk.• Det ble så vidt nevnt at noen kunne ha motforestillinger mot registrering av redsel for at det kan skje overvåking eller at man blir nedprioritert i forhold til rettigheter og goder i det norske samfunnet. Det ble for eksempel stilt et direkte spørsmål til intervjuerne om samer har de samme rettigheter til helsetjenester som nordmenn og om registrering kunne medføre at man ville komme bakerst i helsekøer. Intervjuerne registrerte at denne type usikkerhet eksisterer, men at den antakelig ikke er særlig utbredt.

som ikke er same” kan tjene som eksempler på indre spenninger mellom samer.

SPRÅK OG KULTUR

- Noen hadde utelukkende fått positive reaksjoner både i familien, blant venner, studiekolleger og i arbeidslivet. Det ble nevnt at registreringen ga en form for formell status som same, noe som var en klar fordel ved utdanning og på arbeidsmarkedet. Det ble nevnt at samisk kompetanse, som ikke bare dreier seg om å kunne samisk språk, kan være en stor fordel på arbeidsmarkedet i store deler av landet.

Oppsummering og kommentarer

De nyregistrerte samene som har kommet over de barrierene som tidligere har hindret dem i å registrere seg, føler en lettelse over at de fått en offisiell status som same og har funnet seg til rette. Flere så registreringen som et startpunkt for å lære seg samisk, begynne å bruke kofte og å delta mer i den samiske kulturen. Denne gruppen nyregistrerte vil kanskje være viktige videreformidlere for uregistrerte samer som vurderer å registrere seg, men som strir med å komme over barrierene mot å registrere seg. Ifølge breddeundersøkelsen har 44 prosent av de som oppfatter seg som samer, og 24 prosent av de uregistrerte som ikke oppfatter seg som samer, vurdert å registrere seg i manntallet.

Det kan derfor være en idé å rådføre seg med nyregistrerte samer for å diskutere framgangsmåter i kommunikasjonen med uregistrerte samer som oppfatter seg som samer. Dette fordi de har egenerfarte kunnskaper om hvilke barrierer som må overskrides for at de skal registrere seg, og kan gi råd om hvordan Sametinget eventuelt bør presentere seg for denne gruppen. Sametinget kan også vurdere spesielle nettverskommunikasjonstiltak med personer som representerer denne gruppen.

7.2.5 Forventninger til Sametinget – hovedfunn

Her ble det stilt spørsmål om det var noe spesielt eller spesielle saker som Sametinget bør prioritere. Det ble dels fokusert på ”de store stridsspørsmålene”, som retten til land og vann, dels på lokale saker og dels på saker av betydning for den enkeltes identitet og tilhørighet til det samiske.

Ingen av de nyregistrerte var i tvil om behovet for et Sameting, egne samiske institusjoner og en egen samepolitikk for å fremme samenes interesser. Deltakerne var likevel ganske krasse mot dagens samepolitiske ledere og måten Sametinget fungerer på. De ønsket at Sametinget kunne avklare hvem de er til for og starte en dialog med alle de samene som føler seg utenfor.

Respondentenes kritikk fra dybdeundersøkelsen er gjengitt i tabellen øverst på neste side og sammenliknet med funn fra breddeundersøkelsen.

KRITIKK MOT SAMETINGET OG POLITISKE LEDER FRA RESPONDENTENE I DYBDEUNDERSØKELSEN	SAMMENLIKNBARE FUNN FRA BREDDEUNDERSØKELSEN
Sametinget mangler klare mål for sin virksomhet.	Dette temaet dekkes ikke i breddeundersøkelsen.
<p>Dagens Sameting er i for liten grad representativt for hele det samiske folket. Det ble sagt at Sametinget domineres av ”fundamentalister som skaper unødig strid og splittelse” og at mange i dag lar være å melde seg inn i samemantallet i protest mot dagens samepolitiske ledere.</p> <p>og at:</p> <p>Sametinget driver i altfor stor grad ”utenrikspolitikk” overfor staten på bekostning av lokale saker og styrking av samisk identitet”.</p>	<p>På spørsmål om hvorfor de ikke hadde registrert seg i samemantallet svarte 12 prosent av de uregistrerte subjektive samene* og 2 prosent av de objektive samene* at de ikke hadde registrert seg fordi ”det finnes ikke partier eller lister som kan representere meg”.</p> <p>16 prosent (sjekk tall m. Gallup, mangler i rapport, jf s. 33) av de objektive samene oppga at de ikke ønsket å identifisere seg med det samiske.</p> <p>Påstanden ”Sametinget fokuserer ikke på saker som er viktige” var 61 prosent av de registrerte samene helt eller litt enige i, mens 34 prosent av de uregistrerte subjektive samene og 53 prosent av de uregistrerte objektive samene var helt eller litt enige i dette.</p>
Sametinget vil eller tør ikke ta en grunnleggende diskusjon om hvem som er samer. Hvem er ønsket og velkommen i det samiske selskap?	Dette temaet dekkes ikke i breddeundersøkelsen.
<p>Sametinget og de politiske partiene gjør for lite for å gjøre det kjent hva de driver med, hva de vil og hva de kan påvirke.</p> <p>og at:</p> <p>Mange av dagens sameledere er enten ikke synlige eller klarer ikke å kommunisere med ”De nye samene”, særlig når det gjelder de unge blant dem.</p>	Påstanden ”Sametinget er for lite synlig” var 71 prosent av de registrerte samene helt eller litt enige i, mens 46 prosent av de uregistrerte subjektive samene og 45 prosent av de uregistrerte objektive samene var helt eller litt enige i dette.
Valgordningen er udemokratisk.	<p>Her svarer 12 prosent av de registrerte samene, 25 prosent av de uregistrerte subjektive samene og 22 prosent av de uregistrerte objektive samene at samemantallet er en trussel mot personvernet.</p> <p>22 prosent av de uregistrerte subjektive samene sier dessuten at de ikke har registrert seg, fordi de er motstander av at det skal eksistere et slikt manntall, mens det er 24 prosent av de uregistrerte objektive samene som mener dette.</p>

* for enkelthets skyld betegner vi her uregistrerte samer som oppfatter seg som samer for subjektive samer, og uregistrerte samer som ikke oppfatter seg som samer for objektive samer.

Oppsummering og kommentarer

Hovedkritikken blant respondentene i dybdeundersøkelsen når det gjelder forventningene til Sametinget og de politiske lederne, går først og fremst på at Sametingets politikkområder er for snevre og ikke dekker respondentenes interesser. Vår vurdering er at denne kritikken ikke kan sies å ha sin rot i informasjons- eller kommunikasjonsproblemer, men snarere skyldes problemer av politisk karakter. Vi går derfor ikke nærmere inn i problemstillingen.

7.2.6 Tiltak for økt registrering – hovedfunn

Det ble stilt spørsmål om hva Sametinget og norske myndigheter kan gjøre for å få flere samer til å registrere seg i samemantallet. Det ble lagt opp til samtale om flere temaer, som viktige politiske saker, samisk lederskap og institusjoner og informasjonsfaglige tiltak.

Hva anbefaler så de nyregistrerte samene at Sametinget bør gjøre for å få flere til å registrere seg?

Diskusjonene i gruppene kan sammenfattes slik:

- Sametinget bør avklare hvem som er velkommen inn i det samiske samfunnet.
- Sametinget bør få en bredere geografisk og sosial representasjon.
- Sametinget bør satse på identitetspolitikk og saker med lokal betydning framfor nasjonale stridsspørsmål.
- Sametinget bør fornye sine arbeidsformer og stimulere til lokal mobilisering og aktiv dialog med ungdom.
- Sametinget bør informere bedre om hva de driver med, hva de får til og hvorfor det er viktig at flere registrerer seg.

Gruppene bekreftet at informasjon er et viktig og aktuelt tiltak, både for å motvirke rent praktiske hindringer og for å påvirke de som er i tvil om sin samiske tilhørighet og identitet.

Følgende konkrete forslag ble diskutert eller nevnt i gruppene:

Politikk

- De samiske partiene bør markedsføre seg bedre.
- Få inn flere kvinner i Sametinget; moderne kvinner ”vil ikke stemme på gamle gubber”.
- Få slutt på eksistensdiskusjonen og kom ut av forsvarsposisjonen.
- Lag et nordisk Sameting, sats på internasjonalt arbeid.
- Støtt opp om all privat næringsdrift, ikke bare kulturbærende næringer.

Språk

- Det offentlige tilbudet om språkopplæring bør bli bedre.
- Sametinget bør bedre tilgangen på samiske lærere og samisk undervisningsmateriell i de videregående skolene. Tilbudet er katastrofalt dårlig mange steder. Elevene kan ofte mer samisk enn lærerne, og i enkelte fag finnes ikke lærebøker.

Informasjon

- Det bør lages en oversikt over samiske institusjoner, organisasjoner, foreninger og nettverk.
- Det etterlyses bedre og flere samiske medier, bl.a. medier med ungdom som målgruppe (fjernsyn og ungdomsblad). Det ble sagt at dagens mediebilde gir et skjevt inntrykk av hva som foregår i det samiske samfunnet.
- Sametinget bør beskrive den samiske moderniteten, dvs. kjennetegn ved identitet og livsform for de nye samene.
- Sett i gang en målrettet vervekampanje rettet mot kvinner.
- Lag en informasjonskampanje mot negative og feilaktige holdninger.
- Sats på de unge i rekrutteringsarbeidet og ta med de unge når det skal lages informasjonsmateriell; bruk lokale, rådgivende ungdomsgrupper.
- Opprett flere nettverksgrupper, samtalegrupper og fokusgrupper.
- Dra mer på skolebesøk.
- Gi alle 18-åringene en startpakke med informasjon om det samiske samfunnet, rettigheter, kvotering, stipendordninger, registrering i manntallet etc. Startpakken bør deretter fylles på med informasjon med jevne mellomrom.
- Følg godt med og hold kontakt med samer som flytter.
- Ikke glem samer som allerede er registrert; de kan melde seg ut.

Oppsummering og kommentarer

Også av denne oversikten kommer det fram at respondentene ønsker et mer synlig Sameting, slik også mange av respondentene i breddeundersøkelsen etterlyser. Informasjonstiltak, som å rette spesielle tiltak mot kvinner er noe Sametinget og andre samiske personer og miljøer også har vært spesielt opptatt av. Av tidsmessige årsaker lot det seg ikke gjennomføre i Sametingets informasjonskampanje før registreringsfristen til forrige Sametingsvalg. Dette kan imidlertid være et viktig tiltak for å få flere kvinner representert i samemanntallet. At respondentene ønsker informasjonstiltak rettet mot ungdom kan også bety at Sametingets satsing på informasjon om registrering i samemanntallet spesielt mot ungdom bør fortsette.

7.3 Funn fra de personlige intervjuene

Følgende temaer skulle belyses i de personlige intervjuene med ”Målgruppe 3: Personer med samisk bakgrunn som ikke oppfattet seg som samer og som heller ikke var registrert i samemanntallet”:

1. *Samisk bakgrunn og tilhørighet*
2. *Holdninger til samiske institusjoner og samepolitikk*
3. *Holdninger til registrering og påvirkelighet og tiltak for økt registrering*
4. *Tiltak for økt registrering*

7.3.1 Samisk bakgrunn og tilhørighet

Her ble det stilt spørsmål om bakgrunnsopplysninger, foreldre og besteforeldres tilhørighet, søskens og øvrig slekts tilhørighet, om forholdet til samisk språk, holdninger til samiske kulturuttrykk og aktuell samisk identitet.

Alle intervjupersonene har en bakgrunn og/eller en oppvekst som ville kvalifisert til å registrere i samemanntallet. Ingen av dem er registrert og har, med ett usikkert unntak, heller ikke vært det tidligere. Agenda oppsummerte det respondentene fortalte om sin bakgrunn, på denne måten:

”Selv om alle intervjupersonene har en bakgrunn og til dels oppvekst som objektivt sett gjør dem til samer, er beherskelse av samisk språk, forholdet til samiske kulturuttrykk og ikke minst egenopplevelsen med på å gjøre det umulig og til dels ikke ønskelig å se på seg selv som same. Et par av intervjupersonene er i nærheten av en samisk selvopplevelse, men fornorsking, og manglende eller negativ respons i nærmiljøet gjør det ikke aktuelt å stå fram som same. Hvorvidt alle intervjupersonene har hatt en samisk identitet er også usikkert, likeledes om det er elementer av savn eller behov for å finne tilbake til sine røtter. Det siste er lite trolig for de fleste av de seks intervjupersonene.”

7.3.2 Holdninger til samiske institusjoner og samepolitikk

Her ble det stilt spørsmål om deres holdninger til samisk kultur og samiske kulturorganisasjoner, rettigheter knyttet til samisk språk, samiske krav om egne støtteordninger, erstatninger m.m., rettigheter til land og vann og holdninger til Sametinget.

Intervjupersonene hadde følgende holdninger til temaene under:

Kultur	Flertallet av intervjupersonene er ganske enige i at samisk kultur er verdifull, de er stolte av den og mener at den fortjener en plass i samfunnsbildet og at samiske kulturinstitusjoner bør gis gode vilkår.
Språk	Om språk mener de at fornorskingen har satt stygge spor, at samenes rett til opplæring i eget språk er legitim, men at sameloven går for langt med hensyn til bruk av samisk i offentlig forvaltning og skilting. De mener at språkopplæringen ikke skal medføre press på ikke-samiske elever og dessuten at den bør være frivillig.
Støtteordninger/erstatninger m.m.	Intervjupersonene er enige om at samenes krav om erstatning for mange ulike ting er urimelig og provoserende, og at norske myndigheter er for ettergivende overfor samisk kravmentalitet. De er redde for at flere pengeoverføringer til og større forventninger fra samene vil hindre utvikling og omstilling. De mener det er både umulig og uriktig med særretter etter etniske kriterier, at Sametinget går for langt, krever for mye og at dette provoserer både nordmenn og samer.
Rettigheter til land og vann	De er sterkt imot samiske særrettigheter til land og vann og mener at diskusjonene rundt dette skaper konflikter og motstand mot alt samisk.
Holdninger til Sametinget	De mener at etableringen av Sametinget er i orden, men er svært skeptiske til overføring av myndighet og for mye makt til Sametinget. Sametinget er uttrykk for en elite og skaper konflikter - også i det samiske samfunnet - med sine ekstreme standpunkter. De mener at Sametinget er en stor organisasjon for et mindretall; reindrifutøverne og befolkningen i Kautokeino og Karasjok. Det er problematisk at kommunestyre og fylkesting kobles ut. Alle er jo tross alt nordmenn. De er usikre på behovet for Sametinget. Kulturell utvikling og frigjøring kan foregå uavhengig av Sametinget.

7.3.3 Holdninger til registrering og påvirkelighet

Intervjupersonene ble bedt om å forklare sine aktuelle holdninger, særlig til registreringen i samemantallet.

Intervjupersonene ga noe forskjellige forklaringer på sine aktuelle holdninger, men med visse felles trekk:

- Oppvekst, barndomsopplevelser, til dels fornorskingspolitikk og mindreverdighetsfølelse har virket sterkt formende på den enkeltes identitet og aktuelle holdninger.
- De har levd i en sammenheng hvor det enten ikke var akseptert å være same eller at det ikke var noen å være same "sammen med".
- Måten Sametinget framtrådte på og de aktuelle samepolitiske standpunktene gjorde at det ikke ville være aktuelt å identifisere seg med det samiske eller stå fram som same så lenge samepolitikken ble utformet på denne måten.

Holdninger til registrering i samemantallet

- Ingen av intervjupersonene var interessert i å la seg registrere i samemantallet eller å engasjere seg politisk i samiske spørsmål.
- En av dem sa imidlertid at hun av og til har tenkt på å engasjere seg mer. Hver gang det har vært en offentlig debatt om samiske spørsmål, har hun tenkt: Nå melder jeg meg inn i manntallet!
- En annen uttrykte et betinget standpunkt: Så lenge Sametinget og samepolitikken er som den er, vil det ikke være aktuelt. Det å være same må bety noe annet enn i dag, før jeg kan tenke på å endre standpunkt.

7.3.4 Tiltak for økt registrering

Her ble det stilt spørsmål om synspunkter på tiltak som kan øke registreringen av personer i samme situasjon som intervjugruppens medlemmer.

Ingen av de intervjuede hadde tro på tiltak som kunne få dem til å registrere seg i samemantallet. De mente at de visste nok, de så ikke helt hva en registrering skulle bety for dem og la betydelig vekt på Sametingets framturen og den aktuelle utformingen av samepolitikken som en stor hindring. Objektivt sett er alle innenfor regelverket, dvs. at de har rett til å stå i manntallet, noe de selv var klar over. Subjektivt sett hadde de intet eller lite behov for å registrere seg og var til dels direkte motstandere av å gjøre det.

7.3.5 Oppsummering og kommentarer

Noen av intervjupersonenes bakgrunn består av til dels sterke, negative opplevelser, og de ønsker derfor ikke å knytte seg nærmere til det samiske, mens andre har en mer positiv opplevelse av det samiske og føler en sterkere grad av tilhørighet. Flertallet har dårlige språkkunnskaper, men har likevel et forhold eller tilknytning til det samiske språket. Noen markerer sin samiske tilhørighet ved for eksempel å bruke kofte.

De mener at samisk kultur er verdifull, men er kritiske til hvordan Sametinget håndterer rettighetene til samisk språk i samiske områder, samiske krav om ulike støtteordninger og til krav og holdninger rundt samers rett til land og vann. De mener også at Sametinget er uttrykk for en elite og skaper konflikter. Dette er til dels sterke holdinger som vi tror at gruppen vil holde fast ved inntil ting de er misfornøyd med, har endret seg. Misnøyen med enkelte forhold skyldes sannsynligvis ikke lite eller dårlig informasjon, men har utgangspunkt i intervjupersonenes politisk ståsted, oppvekst og kulturelle bakgrunn. Ingen av intervjupersonene (bortsett fra én) har vurdert å registrere seg i samemanntallet og oppgir både mange og sterke grunner til hvorfor de ikke ønsker det. Det er sannsynligvis en holdningsendring som må til for at disse intervjupersonene skal velge å registrere seg i samemanntallet.

8 Hva er utfordringene? Drøfting av kampanjen og undersøkelsene

8.1 Valg av målgrupper

8.1.1 Segmentering

I kapittel 4 om holdningsendringer foretok vi en firedeling av målgruppene ut fra hvor berørt de ulike gruppene var av problemstillingene og hvor bevisste de var. Denne inndelingen ble fulgt opp i kampanjen for registrering i manntallet og i undersøkelsene. I forbindelse med inndelingen av referansegruppene, kom vi fram til kategoriene uberørt, ubevisst berørt, bevisst berørt og aktivt berørt. Ut fra undersøkelsene kan det se ut som spesielt *de bevisst berørte* bør være en primær målgruppe. Disse er seg allerede bevisst den identiteten som kreves for registrering i manntallet, og de er generelt mer positive til det samiske. Manntallsstatistikken viser at det fortsatt bør være et vesentlig potensiale for registrering i denne gruppen. Det bør imidlertid også vektlegges å finne fram til de gruppene blant *de ubevisst berørte* som kan være positivt innstilt til å vurdere sin samiske identitet på nytt og deretter la seg registrere. I mange tilfeller vil spørsmålet om noen føler seg samiske ha mye med hvordan de tror at omverdenen definerer det samiske. Ved å kommunisere en åpen og inkluderende samisk identitet er det trolig at mange fra gruppen ubevisst berørte kan finne fram til at de egentlig har en samisk identitet. Funn fra undersøkelsene tyder på at det vil være meget vanskelig å få de som er negative til det samiske, og som ikke føler seg samiske, til å endre sin holdning til registrering i manntallet.

I holdningskapittelet delte vi også inn målgruppene etter deres bruk av **sentral eller perifer rute** for å bearbeide informasjon. Viktig her er det at personer kan følge sentral rute i en del tilfeller og perifer rute i en del andre tilfeller. Dette kan skyldes sted, omstendigheter eller andre faktorer. For å få til varige holdningsendringer er det viktig at vi finner fram til hvordan målgruppen kan fås til følge sentral rute.

En annen inndeling av målgruppene hadde sammenheng med *om de knytter få eller mange egenskaper til samemanntallet*. Personer med høy kunnskap vil ha mange oppfatninger knyttet til samemanntallet. Personer med tett tilknytning til det samiske har sannsynligvis også mer kunnskap om det samiske enn personer med mer perifer tilknytning. Funnene fra breddeundersøkelsen underbygde dette. Folk kan enten ha positive eller negative oppfatninger av de aktuelle egenskapene, og disse oppfatningene kan være enten sterke eller svake. I breddeundersøkelsen fant vi at de personene som i mange tilfeller hadde de mest negative oppfatningene av det samiske, var de ubevisst berørte.

Med utgangspunkt i denne gruppeinndelingen, funnene fra kampanjen i 2001 og de to senere undersøkelsene har Statskonsult satt opp følgende oppstilling:

	FÅ EGENSKAPER FORBUNDET MED SAMEMANNTALLET		MANGE EGENSKAPER FORBUNDET MED SAMEMANNTALLET	
	Positive	Negative	Positive	Negative
Sentral rute	Positivt søkende	Negativt søkende	Positivt bekreftende	Negativt bekreftende
Perifer rute	Positivt ignorerende	Negativt ignorerende	Positivt avsluttet	Negativt avsluttet

Vi ender da opp med åtte grupper som må behandles på ulik måte. En person kan bevege seg fram og tilbake vertikalt i tabellen, avhengig av motivasjon, evne og mulighet på den enkelte arena.

Positivt søkende

Dette vil være en person som knytter få egenskaper til samemantallet. Disse egenskapene vil være positive, og personen er motivert og har muligheter for å bearbeide informasjon. **Denne kategorien bør være en hovedmålgruppe.** Ut fra undersøkelsene som er gjennomført, vil det i denne gruppen være mange unge som ikke befinner seg i samiske kjerneområder, men som vil ha et ønske om å få fram sin samiske identitet. Dette er den gruppen som i dybdeundersøkelsen er omtalt som ”de nye samene” og som i dybdeundersøkelsen framstår som representanter for en kulturell frigjøring. I denne gruppen kan det være både bevisst berørte og ubevisst berørte. **Ved en åpen og inkluderende kommunikasjon** av hva samisk identitet er, kan trolig mange fra denne gruppen føle seg som samer uten å endre holdning hos seg selv. Deres opplevelse av hva det samiske miljøet godtar som samisk, må imidlertid endres. Siden dette er en gruppe som knytter få egenskaper til samemantallet, er det viktig at deres opplevelse av manntallet og informasjonen rundt det er positiv. **Gruppen vil være mer opptatt av innholdet i informasjonen enn formen informasjonen har. Hovedstrategien overfor denne gruppen vil være å tilføre ny kunnskap om samemantallet og Sametinget.**

Negativt søkende

Dette er de som forbinder få egenskaper ved manntallet, og deres oppfatning av egenskapene er av det negative slaget. De er imidlertid villige til å følge sentral rute for å bearbeide informasjon. Gjennom bearbeiding av informasjonen vil denne gruppen ende opp som enten negative eller positive til manntallet, og både de negative og positive holdningene vil være sterke og varige. **Denne gruppen vil også være mer opptatt av innhold enn form på budskapet.** Et eksempel på en arena der denne typen informasjonsbearbeiding kan foregå, er i skolesammenheng. Elevene vil der være opptatt av å bearbeide informasjon fordi det er nødvendig for å oppnå resultater på skolen. Siden denne gruppen knytter få egenskaper til samemantallet, er det mulig å endre holdninger ved å knytte nye egenskaper til manntallet. Dette vil kunne endre deres holdning. Både bevisst berørte og ubevisst berørte kan være i denne gruppen. Det vil derfor først og fremst være unge personer i denne gruppen, og de vil ha mange av de samme karakteristika som gruppen over. Men siden de er negative, blir det en enda større informasjonsutfordring å finne arenaer hvor de kan følge en sentral rute. **Sametinget må søke å nå arenaer og situasjoner der andre spørsmål enn samemantallet er hovedmotivasjonen for informasjonsbearbeidingen av informasjon knyttet til samemantallet.**

Positivt bekreftende

Dette er de som knytter mange egenskaper til manntallet, er positive og villig til å følge en sentral rute for bearbeiding. For disse personene er innhold viktigere enn form. Blant de bevisst berørte i denne gruppen vil det være personer som det vil være ganske lett å få til å registrere seg, dersom de gis god og saklig informasjon. Dette bør derfor være en viktig målgruppe. Blant de ubevisst berørte vil det være folk som kan mye om det samiske, er villig til å bruke mye energi på å bearbeide informasjon og er positive. Antakelig vil mange i denne gruppen ha tenkt en god del på sin samiske identitet. Denne gruppen ser ut til å bestå av eldre deltakere enn gruppene ovenfor. Resultatene kan tyde på at dette er personer i samiske kjerneområder eller folk med høy utdanning utenfor de samiske kjerneområdene. ***Inkluderende informasjon om hva det samiske er og hva manntallet er, vil her være en gunstig strategi.***

Negativt bekreftende

Her finner vi personer som knytter mange egenskaper til manntallet, som oppfatter det som negativt, men som er villig til å bruke mye energi på å bearbeide informasjonen. Dette er en gruppe der det er vanskelig å tilføre ny kunnskap, og det vil være vanskelig å endre oppfatningene deres, fordi de er grundig fundert. De vil ta til seg informasjon som bekrefter den negative holdningen de allerede har. Resultatene kan tyde på at dette gjelder mange ubevisst berørte som befinner seg i samiske kjerneområder. Bruker en mye tid på denne gruppen, vil det også kreve mye ressurser. ***Det er derfor en gruppe som bør nedprioriteres, men som kan komme med en god del motforestillinger overfor det informasjonsarbeidet som drives mot andre grupper.***

Positivt ignorerende

Dette er personer som knytter få egenskaper til manntallet og som vil følge perifer rute. Deres oppfatninger er imidlertid positive. Gruppen har en overvekt av yngre personer fjernt fra de samiske kjerneområdene. For denne gruppen er form relativt viktigere enn innhold. Det er lite trolig at de vil oppfatte det som veldig viktig å stemme ved sametingsvalget. ***Gode og kraftige informasjonstiltak i rette arenaer kan imidlertid få denne gruppen til å bevege seg over til gruppen positivt søkende.*** Da vil en kunne oppnå en mer varig effekt. Det vil for eksempel være mulig å få til rekruttering ved at det ***gjennomføres større informasjonstiltak med personer som gruppen respekterer og budskap og form som overrasker, og dersom terskelen for registrering er lav rett etter et arrangement.***

Negativt ignorerende

Denne målgruppen knytter få egenskaper til manntallet, og de er negative. De vil heller ikke bruke mye energi på å bearbeide budskapet. For denne gruppen vil det være viktig å finne en form på budskapet som overrasker og fenger, til tross for at mottakerne er negative i utgangspunktet. Denne gruppen er aldersmessig og geografisk lik gruppen over. ***Rent saklig informasjon vil ha liten effekt. Et emosjonelt budskap som rokker ved deres negative oppfatninger og tilfører ny kunnskap, vil være en riktig strategi overfor denne gruppen.***

Positivt avsluttet

Dette er de som knytter mange egenskaper til samemanntallet, har positive oppfatninger, men som ikke vil bruke mye energi på å bearbeide budskapet.

For denne gruppen vil formen på budskapet være viktig, og det vil være viktig at det er lett å registrere seg. **Siden de er lite villige til å bearbeide informasjon, er det viktig at informasjonen som gis, stemmer med deres egen oppfatning.** I denne gruppen vil det finnes en del folk som har tenkt mye på samiske spørsmål tidligere. Aldersmessig vil dette være en av de eldre gruppene. De befinner seg i samiske kjerneområder eller blant høyt utdannede i perifere områder. De kan derfor være positive til å registrere seg, men kanskje har det aldri "falt seg sånn".

Negativt avsluttet

I denne gruppen er det personer som knytter mange egenskaper til samemanntallet, har negative oppfatninger av disse egenskapene og er lite villige til å bearbeide informasjon. Det kan se ut som om en relativt stor andel av de ubevisst berørte befinner seg her. Vi finner eldre personer i samiske kjerneområder i denne gruppen. **Det er ikke en gruppe som bør prioriteres.**

Prioritering av målgruppene

På grunnlag av denne gjennomgangen vil Statskonsult foreslå følgende prioritering av målgruppene:

- 1. Positivt søkende**
- 2. Positivt bekreftende**
- 3. Positivt ignorerende**
- 4. Negativt ignorerende**
- 5. Positiv avsluttet**
- 6. Negativt søkende**

8.2 Valg av kanaler

Hvilke kanaler som skal brukes, avhenger av hvilken gruppe som skal nås. For mottakere som er villige til å følge sentral rute vil kanalene ha en mer passiv rolle, men kvaliteten er viktig. Det bør settes på rike informasjonskanaler, der det er god mulighet til å kommunisere med målgruppene og der de tankemessige prosessene blir fremmet. Eksempler på slike kanaler er brosjyrer med rikelig informasjon, kronikker i aviser, foredrag, samtaler og andre tiltak som bygger opp under kognitive prosesser og baseres på bruk av den enkeltes intellekt. De enkelte tiltakene bør samkjøres. En kombinasjon av forskjellige informasjonskanaler vil bli lagt mer merke til og øke sannsynligheten for at budskapet blir bearbeidet av mottakerne.

For å nå personer som kommer til å følge perifer rute vil det være riktig å satse på kommunikasjonskanaler som skaper oppmerksomhet. Kommunikasjonskanalene som brukes bør være mer pågående. Dette kan gjøres ved hjelp av sterke virkemidler, ved overraskende utspill, ved kulturuttrykk som

overrasker og fenger, ved å bruke personer det ikke forventes skal stå fram for manntallet osv. ***Bruk av emosjonelle virkemidler slår godt an hos denne gruppen.*** I breddeundersøkelsen kom det fram at mange ønsket at Sametinget skulle arbeide med kulturelle spørsmål. Dette kan indikere at kulturelle uttrykksformer vil kunne virke positivt på målgruppene. For å nå nye grupper er det viktig at de kulturelle uttrykkene utvider oppfatningen av samisk kultur og virker inkluderende på grupper som kanskje ikke føler seg hjemme i de rent tradisjonelle samiske uttrykksformene. Kulturelle uttrykksformer bør gi uttrykk for samisk modernitet.

Det er viktig at informasjonsmateriell om registreringen i manntallet er tilgjengelig ”der og da” når folk ønsker å registrere seg. I dybdeundersøkelsen kom det fram at mange hadde hatt skjemaet tilgjengelig rett etter denne samtalen, hadde de neppe gjennomført registreringen. Dette viser at tilgjengeligheten på registreringsskjemaer er svært viktig.

8.3 Valg av budskap

I dybdeundersøkelsen kom det fram fire viktige grunner til at folk lot seg registrere i manntallet:

- Tradisjon
- Personlig prosjekt
- Politisk interesse
- Protest

I utformingen av budskapet til de ulike gruppene vil det være viktig å få fram alle disse aspektene på en måte som appellerer til målgruppene.

Det vil kunne ha positiv effekt om man kan bruke de som allerede er innmeldt i manntallet, som ***videreformidlere***. Men det forutsetter naturlig nok at disse personene har hatt en positiv opplevelse ved registreringen.

I dybdeundersøkelsen kom det fram at de nyregistrerte ikke hørte noe etter at de hadde meldt seg inn. Sametinget bør derfor se på hvordan de nyinnmeldte kan pleies på en bedre måte. Dette er viktig for å holde dem i manntallet, få dem til å stemme og senere formidle positive erfaringer til andre, som på den måten kan bli påvirket til å melde seg inn i manntallet. Tiltak som kan føre til slike ringvirkninger, er for eksempel velkomstbrev til nyinnmeldte, faste nyhetsbrosjyrer til de som er registrert, og invitasjoner til besøk i Sametinget. Men dette innebærer et langsiktig arbeid som tar tid. Det må derfor gjennomføres i hele perioden, ikke bare rett forut for valgene.

Overfor personer som vil følge en sentral rute i budskapsbearbeidingen, blir det viktig å fokusere på hva det samiske er, på en inkluderende måte. Det er også viktig å vise hvordan Sametingets arbeid kan ha noe med dem å gjøre. Budskapet vil være det sentrale for hvordan holdningsbearbeiding skjer i sentral rute.

Når det gjelder mottakere som følger en perifer rute, blir det viktigere å finne *gode budskapsformidlere* og former som bryter med det de forventer. Egenskaper ved avsender som attraktivitet, ekspertise, troverdighet og makt er viktig.

I arbeidet med kampanjen for innskriving våren 2001 kom det fram at det ble gitt ulike svar fra Sametingets side når det gjaldt spørsmålet om hva det vil si å være samisk. Det er viktig at Sametinget har et entydig svar som kan gis til alle som tar kontakt om dette spørsmålet. Det er også viktig at budskapet til de nye samene gir svar på en del av de sentrale spørsmålene som kom fram i dybdeundersøkelsen. Dette er for eksempel:

- Fyller jeg kriteriene, dvs. er det nok at jeg er av samisk blod og føler samisk tilhørighet?
- Er jeg velkommen, blir jeg godtatt som same?
- Hvordan kan jeg bidra for å styrke det samiske fellesskapet?

8.4 Valg av tidspunkt

Informasjonen bør rettes inn mot tidspunkter hvor målgruppen er mest motivert og har best muligheter for sentral bearbeiding. Slike tidspunkter vil kunne være i forbindelse med valg, i forbindelse med handlinger den enkelte skal foreta som har noe med det samiske å gjøre, eller ved andre milepæler. En aktuell milepæl kan være når folk blir myndige og får stemmerett, eller det kan være ved tilflytting til en kommune. Sametinget bør forsøke å finne fram til slike kritiske milepæler. Et brev til personer som fyller 18 år, der de får informasjon om samemanntallet og gjøres oppmerksom på sine rettigheter, kan for eksempel være et aktuelt tiltak. Sametinget bør vurdere hvilke geografiske områder som kan være hensiktsmessige for et slikt initiativ.

Mange har noe med det samiske å gjøre i forbindelse med skolearbeid, søknad om støtte til kulturtiltak og annet. Sametinget bør forsøke å identifisere slike kontaktpunkter og knytte informasjonstiltak om manntallet opp mot dem. Ved positive brev fra Sametinget bør det, der det er naturlig, følge med informasjon om registreringen i samemanntallet.

I forbindelse med valg bør det gjennomføres spesielle kampanjer. Disse bør planlegges i god tid på forhånd.

9 Konklusjoner og anbefalinger

Resultatene fra de ulike undersøkelsene har vist at det er ulike faktorer som kan få samer til å registrere seg i samemanntallet. Det er viktig å rette informasjonstiltak inn mot de riktige gruppene, på rett tid og sted, gjennom riktig kanal og med rett budskap. Budskapet vil være ulikt for de forskjellige gruppene. I forhold til noen er det viktig å prioritere form og emosjonelle virkemidler, og overfor andre innhold og kognitive virkemidler.

I breddeundersøkelsene er det framkommet fire hovedgrunner for registrering. Disse var:

- Tradisjon
- Personlig prosjekt
- Protest
- Politisk interesse

Hvilke som vektlegges av de ulike målgruppene vil variere. Hovedårsakene til at de som befinner seg i hovedmålgruppene ikke har registrert seg oppgis å være at det ikke er viktig for dem og at de mangler kunnskap. En økt geografisk spredning av de registrerte vil øke denne utfordringen. Dette gjør det vanskelig å bruke massemediekanaler som når alle registrerte. Sametinget bør derfor søke å opprette direkte kommunikasjonskanaler med de som er registrert og hovedmålgruppene.

Det er viktig at både de som allerede er registrert i manntallet, og de som etter hvert registrerer seg, kan fortelle en positiv historie om dette til potensielle nye interessenter. Dette fordrer et planmessig informasjonsarbeid også overfor de som er med i manntallet.

Både funn fra undersøkelsene og statistikk fra skjemaene som er kommet inn, kan tyde på at mange av personene som representerer målgruppene ikke snakker samisk. De har en norsk livsform, kan være alene om sin samiske identitet der de bor, har lav kjennskap til samiske institusjoner, ledere og politikk. For å øke registreringen blant disse er det viktig med en åpen og inkluderende kommunikasjon om hva det vil si å oppfatte seg som same.

Det kommer også fram at en god del ikke føler at Sametinget arbeider med saker som angår dem. Undersøkelsen våren 2001 viste at Sametinget har en synkende oppslutning både blant samer og ikke-samer. Dette er en utfordring som Sametinget og de politiske partiene i Sametinget bør se på.

Informasjonsarbeidet i forbindelse med registreringen i samemanntallet må forankres bedre i Sametingets organisasjon. Det bør bli en naturlig del av hele virksomhetens arbeid, og det må utvikles en felles forståelse for hvor viktig manntallet er.

Kvinner er fortsatt underrepresentert i Samemanntallet og andelen kvinner i Sametinget gikk ned ved siste valg. Undersøkelsen våren 2001 viste at mange ønsker at Sametinget bør arbeide mer med saker som angår kvinner. Sametinget bør vurdere hvordan arbeidet i Sametinget kan gjøres mer attraktivt for kvinner.

9.1 Anbefalte tiltak

Med utgangspunkt i konklusjonene vil Statskonsult anbefale at Sametinget vurderer blant annet følgende konkrete tiltak:

- Sametinget bør utforme en fast målsetting for manntallet. Skal manntallet være et teknisk valgregister eller et sted hvor folk kan få gitt uttrykk for sin samiske identitet - eller begge deler?
- Det bør tas initiativ til utvikling av en felles forståelse blant alle ansatte i Sametinget når det gjelder kriteriene for registrering i Samemanntallet. Spesielt viktig er det at Sametinget gir et entydig svar på spørsmålet om hva det vil si å oppfatte seg som same.
- Det bør utarbeides rutiner for registrering av innmeldingsskjemaene etter hvert som de kommer inn. Sametinget vil dermed ha oversikt over utviklingen i registeret og kan se hva som fører til bevegelser.
- Samemanntallet bør overføres til Sametinget, og systemet rundt manntallet må kvalitetssikres. Dette er viktig for at registeret skal kunne opprettholde en høy troverdighet.
- Førstegangselgere bør få god informasjon om manntallet. Det kan sendes et brev til alle som fyller 18 år, om mulighetene til registrering i manntallet. Sametinget bør se på hvilke områder som er aktuelle for et slikt initiativ.
- Sametinget bør ha godt og oppdatert informasjonsmateriell om registreringen i samemanntallet tilgjengelig i hele sametingsperioden. En egen brosjyre til førstegangselgerne bør utarbeides.
- Sametinget bør ta initiativ til samarbeid med de videregående skolene om informasjon rundt registreringen i samemanntallet.
- Informasjon og registreringsskjema bør være lett tilgjengelig på Sametingets hjemmeside.
- Sametinget bør henvende seg direkte til de registrerte om hvilke saker tinget arbeider med. Det bør vurderes å gi ut et nyhetsbrev til alle registrerte.
- Alle nyregistrerte i manntallet bør få et velkomstbrev fra Sametinget.
- Kjente personer som melder seg inn, bør brukes i informasjonsarbeidet dersom de er villige til det.

9.2 Strategi

Det bør utarbeides en strategi som kan sikre et helhetlig informasjonsarbeid omkring registreringen i samemanntallet. Strategien bør knyttes opp mot andre strategiske dokumenter i Sametinget og forankres i hele Sametingets organisasjon. Strategien bør beskrive mål, målgrupper, budskap og kanaler.

En strategi fram mot neste valg kan ha følgende tidsforløp:

- Årlige handlingsplaner knyttet opp til annen virksomhetsplanlegging
- 2002: Intern forankring og planleggingsprosess
- 2003-2004: Løpende informasjonsarbeid, kvalitetssikring og planlegging av kampanje for 2005
- 2005: Kampanje for registrering