

Innehåll

Om strategirapporten – syfte och upplägg	2
1. Sidas bedömning av strategigenomförandet – en sammanfattning	4
2. Översikt av strategisammanhanget	5
2.1 Förändringar i strategisammanhanget.....	5
2.2 Perspektiven.....	7
2.3 Sveriges roll i strategisammanhanget	8
2.4 Synergier med andra svenska strategier och aktörer	8
3 Resultatredovisning.....	10
Sidas bidrag till förändring på strateginivå.....	13
3.1 Stödområde 1: Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat	13
3.2 Stödområde 2: Kunskapsspridning och opinionsbildning i syfte att bidra till fattigdomsbekämpning och en rättvis hållbar global utveckling	16
3.3 Stödområde 3: Oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetes roll och andra politikområdets bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling.....	20
4 Implikationer och rekommendationer	21
4.1 Implikationer.....	21
4.2 Rekommendationer inför kommande strategi	23

Om strategirapporten – syfte och upplägg

Syftet med strategirapporten är rapportera Sidas strategigenomförande till UD. Strategirapporten tjänar som underlag till vårsamrådan med Utrikesdepartementet (UD) samt till Regeringskansliets (RK) resultatrapportering. Sida är avsändare och UD är målgrupp för och mottagare av strategirapporten.

Vid sidan av strategirapporten redovisar Sida sin verksamhet till regeringen genom årsredovisningen. Denna inkluderar redovisning från strategigenomförandet på en övergripande nivå per strategi. Strategirapporten går djupare och redogör för strategigenomförandet per strategimål för varje strategi och drar även framåtblickande slutsatser.

Strategirapporten är utformad i enlighet med regeringens riktlinjer för strategier. Strategirapporten ska redovisa, analysera och bedöma resultaten av strategigenomförandet i förhållande till angivna strategimål¹ samt redogöra för implikationer för det fortsatta strategigenomförandet. Vid behov ska rapporten redovisa förändringar i förutsättningarna för genomförandet. Det finns tre typer av strategirapporter: Strategirapport år 1, årlig strategirapport och fördjupad strategirapport.

1. **Strategirapport år 1** skrivs för strategiperiodens första år efter genomförd operationalisering. Rapporten sammanfattar slutsatser och redovisar resultat från genomförandet av föregående strategi (i de fall det finns en tidigare strategi). Denna strategirapport redogör även för den förändringsteori som ligger till grund för Sidas stöd inom strategin, centrala överväganden samt hur verksamheten ska genomföras och följas upp under strategiperioden.
2. **Den årliga strategirapporten** skrivs för de år då varken en fördjupad översyn eller operationalisering genomförts.
3. **Den fördjupade strategirapporten** skrivs näst sista året av strategin efter att en fördjupad översyn genomförts. Rapporten redogör för slutsatserna från den fördjupade översyn av strategigenomförandet som sker en gång per strategi. Den fördjupade strategirapporten ska sammanfatta genomförandet av hela strategin hittills² (bl.a. analys av resultat per strategimål) samt ge tydliga rekommendationer inför kommande strategiperiod. Den fördjupade strategirapporten utgör Sidas huvudtillfälle att lämna rekommendationer till regeringens anvisningar inför ny strategi.

Strategirapporten är en lägesuppdatering av strategigenomförandet och bedömer resultat sedan den senaste strategirapporten. Strategirapporten bygger på det underlag som finns tillgängligt vid tillfället för strategirapportens framtagande (t.ex. rapportering, reserapporter, studier, utvärderingar, analyser och anteckningar från partnermöten).

Kapitel 1 sammanfattar Sidas bedömning av strategigenomförandet per strategimål. **Kapitel 2** ger en översikt av strategisammanhanget och beskriver den kontext (tematisk/geografisk) i vilken strategin genomförs. **Kapitel 3** redovisar resultat från strategigenomförandet. **Kapitel 4** redogör för eventuella implikationer för det fortsatta strategigenomförandet som behöver lyftas till UD samt rekommendationer inför kommande strategi.

¹ I de tidigare resultatstrategierna används begreppet *resultat*. Denna mall använder genomgående begreppet *strategimål* i linje med nya riktlinjer för strategier. I resultatstrategierna är resultaten klustrade kring *resultatområden*. Mallen använder dock genomgående begreppet *stödområde*.

² Dvs. från strategins början fram till 15/3.

”**Trafikljusen**” är Sidas viktigaste signalsystem för att följa hur det går i strategigenomförandet. En bedömning görs för varje strategimål och ger en snabb överblick av nuläget. Bedömningen och motiveringen till denna utgör narrativet i resultatredovisningen (kapitel 3) i strategirapporten. I strategirapporten bedöms två aspekter:

1. **Utveckling mot strategimålet:** Strategimålen anger vad Sidas arbete ska bidra till under en angiven strategiperiod och utgör den huvudsakliga styrningen i strategigenomförandet. Trafikljusbedömning för *utveckling mot strategimålet* används för att få en snabb uppfattning om utvecklingstrender inom de målområden i kontexter där Sida är aktiv. Sidas insatser kan vara med och påverka utvecklingstrender inom de områden där vi är aktiva, men det handlar ofta om större komplexa och långsiktiga förändringar på nationell, regional och/eller global nivå, där ett stort antal faktorer utanför Sidas kontroll inverkar på utvecklingen i kontexten. Trafikljusbedömningen och färgsättningen motiveras och beläggs utifrån tillgänglig statistik, källor eller rapporter.

Bedömning av utvecklingstrender i kontexten i förhållande till **strategimålen**:

- Grön:** Utvecklingen går framåt
- Gul:** Utvecklingen går delvis framåt eller delvis bakåt
- Röd:** Utvecklingen går bakåt

2. **Portföljens relevans:** Sidas strävan är att sätta samman och upprätthålla en relevant och väl avvägd portfölj i förhållande till utvecklingsutmaningar i respektive strategikontext, strategins mål och Sidas ambitioner avseende förväntade förändringar och resultat. *Portföljens relevans*, dvs. om Sida har satt samman en väl avvägd portfölj av insatser och aktiviteter som bedöms bidra till förändring i linje med strategimålet.

Sida måste löpande justera sin förändringsteori och portfölj utifrån olika aspekter:

- (i) föränderlig kontext och sammanhang, (ii) efter den styrning som myndigheten får och (iii) beroende på om aktiviteter inte gett eller förväntas ge resultat. Trafikljusbedömningen och färgsättningen av detta trafikljus beaktar och utgår från dessa aspekter.

Bedömning av **portföljens relevans**:

- Grön:** Portföljen är relevant
- Gul:** Portföljen är delvis relevant
- Röd:** Portföljen är inte relevant

1. Sidas bedömning av strategigenomförandet – en sammanfattning

	2018		2019		2020	
	Mål ³	Portfölj ⁴	Mål	Portfölj	Mål	Portfölj
Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat						
Ökad kännedom om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030						
Ökad kunskap om utvecklingssamarbetets roll i en rättvis och hållbar global utveckling						
Ökad kunskap om Sveriges offentligt finansierade bistånd som genomförs i bred samverkan						
Ökad kunskap om att Sverige ger stöd via internationella organisationer						
Kunskapsspridning och opinionsbildning						
Ökad kunskap om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030						
Breddat folkligt deltagande i arbetet för en rättvis och hållbar global utveckling						
Ökad kunskap om de drivkrafter och hinder som påverkar och styr en rättvis och hållbar global utveckling						
Ökad kunskap om vad man som individ själv kan göra för att bidra till en rättvis och hållbar global utveckling						
Oberoende granskning och analys						
Ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten						
Bevakning och ökat intresse från granskande aktörer						
Ökad kunskap om olika politikområdets bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling						

³ Bedömning av utvecklingen i kontexten i förhållande till **strategimålen**: Grön: Utvecklingen går framåt; Gul: Utvecklingen går delvis framåt eller delvis bakåt; Röd: Utvecklingen går bakåt.

⁴ Bedömning av **portföljens relevans**: Grön: Portföljen är relevant; Gul: Portföljen är delvis relevant; Röd: Portföljen är inte relevant.

2. Översikt av strategisammanhanget

**Totalt strategi-
belopp: 857,5 MSEK**

**Utbetalat belopp hittills:
701,5 MSEK**

**Antal insatser 2020:
74**

2.1 Förändringar i strategisammanhanget

Målgruppen för kommunikationsstrategin, den svenska allmänheten, är stadd i ständig förändring i likhet med samhället i stort. Sida undersöker svenskarnas kunskap och inställning till frågor som rör världsbild, kännedom, vilja och förtroende i en årlig opinionsmätning. Jämfört med förra strategiperioden har biståndsviljan sjunkit och nådde 2019 sin lägsta nivå sedan indexserien inleddes. 76 procent anser i den senaste mätningen 2020⁵ att det är viktigt att Sverige bidrar till utveckling i fattiga länder vilket kan jämföras med 82 procent 2016⁶. Det är färre än tidigare som tror att den extrema fattigdomen kan avskaffas innan 2030, 17 procent 2017⁷ och 12 procent 2020⁸. Däremot är det en tydlig ökning av andelen som hört talas om de Globala målen för hållbar utveckling, vilken gått från 37 procent⁹ till 47 procent¹⁰ under perioden. Trenden mot en mer korrekt bild av världen stannar upp medan förtroendet för biståndets aktörer har svängt kraftigt och ökade något i senaste mätningen.¹¹

Indexutveckling 2011-2020

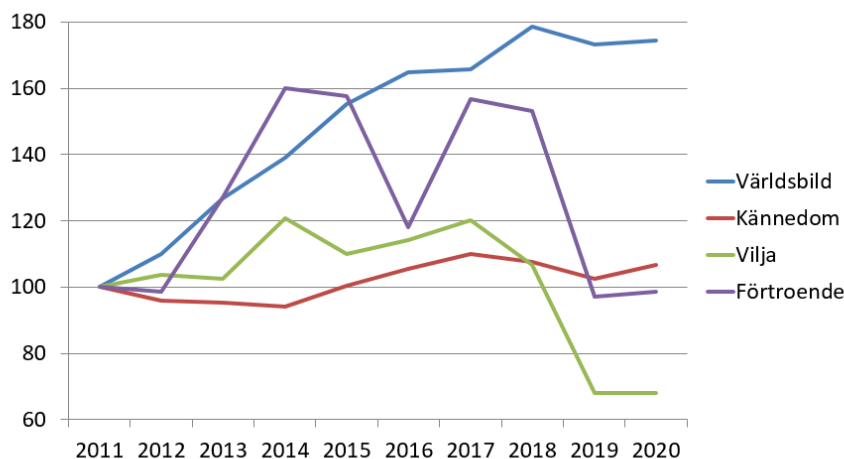


Illustration: Opinionsmätningarnas utveckling över tid summerat på fyra index. Utanför indexen finns tre frågor i opinionsundersökningen som fångar intresse och engagemang. För samtliga dessa märks en sjunkande trend.

Användningen av internet i Sverige har ökat från 93 till 96 procent sedan 2016, och det är främst bland den äldre befolkningen det sker.¹² Det pågår en snabb digitalisering¹³ i samhället som skyndats på av

⁵ Opinion 2020, s. 13. Dokumentnummer: 002394/21.

⁶ Opinion 2016, s. 13. Dokumentnummer: 000751/17.

⁷ Opinion 2017, s. 6.

⁸ Opinion 2020, s. 6.

⁹ Opinion 2016, s. 4.

¹⁰ Opinion 2020, s. 5.

¹¹ Opinion 2020 och Utvecklingen av Sidas index. Dokumentnummer: 002394/21.

¹² Internetstiftelsen (2020) *Svenskarna och internet 2020*. Källa: <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/sammanfattning/> (Hämtad: 2021-03-07).

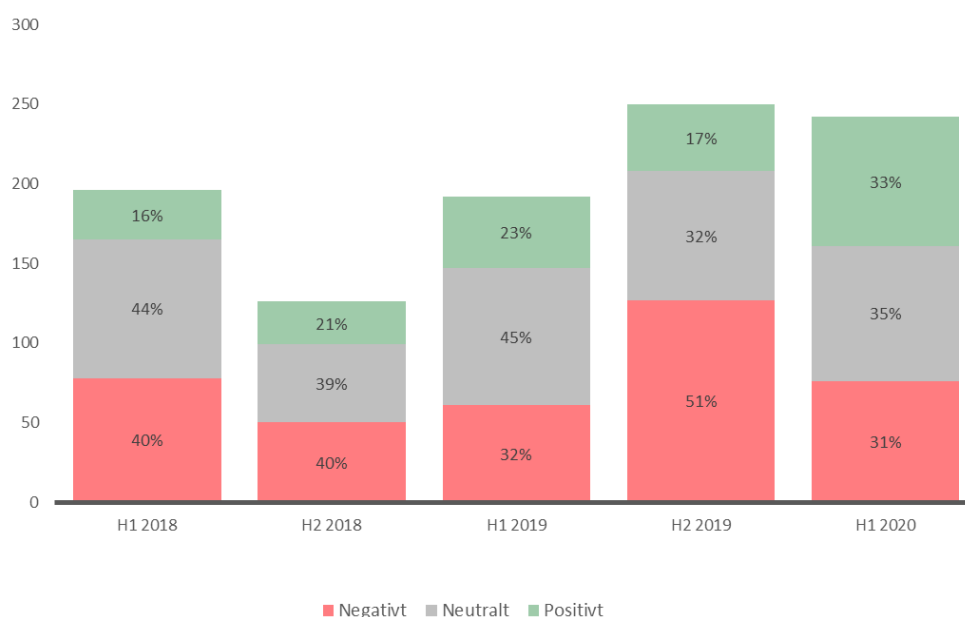
¹³ Ibid.

coronapandemin medan traditionella medier backar. Pandemin har inneburit stora omställningar för biståndet – och kommunikationsarbetet. När de flesta publika evenemang tvingades att ställa in 2020, har förutsättningarna att ersätta dem med digitala möten varit goda. Samtidigt är risken för skärmtrötthet en utmaning att beakta, och det goda samtalet och möjligheten till fördjupning som kan uppnås i fysiska möten är svår att ersätta. Nära 9 av 10 av internetanvändarna använder sociala medier idag¹⁴ – det är en ökning med 13 procentenheter sedan 2016.¹⁵ Det öppnar dörrar att nå ut brett och samtalet kan i viss mån flyttas hit. Kraven på relevanta och engagerande inlägg ökar samtidigt, nya plattformar kommer till och kampen om uppmärksamhet är en realitet.

Den svenska allmänheten är inte den homogena grupp individer som förr, som exempel växer antalet utrikes födda av befolkningen, År 2016 var 1,8 miljoner invånare i Sverige födda i ett annat land. Antalet hade ökat till 2 miljoner 2020, vilket motsvarar 20 procent¹⁶ av Sveriges befolkning. Det utmanar kommunikationen och ambitionen att nå nya målgrupper när inte alla tar del av samma medieutbud eller har samma referenser.

Kairos Future har i en mätning konstaterat att 42 procent av svenskarna vill engagera sig mer i samhället, men vet inte hur.¹⁷ För kommunikationsstrategin innebär det krav på att engagera och guida målgruppen genom att relatera till deras eget liv, våga spela på känslor och att inte presentera lösa fakta utan att sätta in den i ett större sammanhang.¹⁸

På Twitter konstaterar Medieakademin i Maktbarometern en pågående politisering de senaste fyra åren; av de 100 mäktigaste på Twitter utgör 40 procent konton som kategoriseras som höger.¹⁹ Sida omnämns allt oftare i negativa ordalag på Twitter.²⁰ En genomgång av Sidas genomslag på sociala medier 2018-2020 visar att andelen negativa inlägg har varit hög både under 2018 och 2019 men att inlägg från Sidakontot och Sidamedarbetares egna inlägg bidragit till att nyansera bilden.²¹



¹⁴ Ibid.

¹⁵ Internetstiftelsen (2016) *Svenskarna och internet 2016*. Källa: <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2016/sammanfattning/>. (Hämtad: 2021-03-07).

¹⁶ Statistiska Centralbyrån (2021) *Utrikes födda i Sverige*. Källa: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/utrikes-fodda/>. (Hämtad: 2021-03-07).

¹⁷ Kairos Future AB och Tekniska Museet (2020) *Wow! Lustfyllt lärande – vägen till framtiden*, s. 16.

¹⁸ Ibid., s. 25.

¹⁹ Medieakademin (2020) *Maktbarometern 2020*. Källa: https://medieakademin.se/wp-content/uploads/2020/10/Maktbarometern_2020-presentation.pdf. (Hämtad: 2021-03-07).

²⁰ Retriever (2020) *Sida i sociala medier H2 2020*, s. 8.

²¹ Retriever (2020) *Nulägesanalys: Sida i sociala medier H1 2018 – H1 2020*, s. 7 - 9.

Illustration: Översikt över ton och aktörer för Sida i sociala medier

Den som följer debatten kan lätt få bilden av Sverige som ett alltmer polariserat samhälle.²² Det förefaller dock vara en överdrift – med undantag för vissa frågor som bland annat migration. De flesta i Sverige står upp för värden som demokrati, lagbunden ordning och den svenska välfärdsstaten.²³

Av omvärlden får svenskt bistånd gott betyg, i synnerhet kring profilfrågor som jämställdhet och miljö samt klimat och hållbar utveckling, vilket framgår av den utvärdering som gjordes av OECD-DAC 2019. Arbetet med att integrera de Globala målen för hållbar utveckling och ett uthålligt resultatarbete framhålls även som positivt.²⁴

Biståndet är en del av den svenska utrikespolitiken, och hur den formuleras påverkar därför också kommunikationen i Sverige. I oktober 2014 deklarerade regeringen en feministisk utrikespolitik som sedan formulerades i en skrivelse 2019.²⁵ Sedan hösten 2019 står också demokratifrågorna i fokus, genom den så kallade demokratisatsningen/Drive for Democracy.²⁶ Detta föranlett av att demokratin i världen backar och ifrågasätts. I debatten har miljö- och klimatfrågan kommit i fokus, inte minst en effekt av Greta Thunbergs engagemang sedan hösten 2018.²⁷ De globala utmaningar världen här står inför återspeglas i uppdrag till Sida att stärka arbetet inom dessa områden. Jämställdhet, demokrati och miljö och klimat rimmar väl med de frågor som ungdomar i generation Z²⁸ (födda 1995-2004) ser som de viktigaste samhällsfrågorna. Det engagemanget kan tas till vara och utgöra en bra utgångspunkt för ökad kunskap.

2.2 Perspektiven

Strategigenomförandet speglar de fem perspektiv som ska genomsyra all Sidas verksamhet – dock varierar det hur väl integrerade de är i insatserna. De organisationer som bidrar till genomförandet av kommunikationsstrategin har ofta ett mer fokuserat angreppssätt i verksamheten där frågor som rör demokrati och jämställdhet är mer framträdande. De flesta av organisationerna återspeglar ett eller flera perspektiv i styrdokument som uppdrag, vision och strategiska mål.²⁹ Rättighets- och jämställdhetsperspektiven är de som bäst integrerats i aktiviteterna, medan miljö- och klimatperspektiven och konfliktperspektiven upplevs som minst integrerade.

Innehållet och budskapen i Sidas eget kommunikationsarbete utgår från Sidas verksamhet och därmed också de fem perspektiven. Verksamheten planeras så att allmänheten ska ges möjlighet att ta del av hela biståndets bredd. I egna kanaler ges möjlighet att visa på komplexiteten genom att låta människor som berörs av svenskt utvecklingssamarbete komma till tals och beskriva sin vardag ur olika perspektiv.

Genomslaget i media styrs av en egen logik och varierar över tid. Exempelvis syntes jämställdhet mest i mediemätningen andra halvåret 2017³⁰ medan miljö och klimat dominerade första halvåret 2019.³¹

²² ForskningFramsteg (2019) *Hur polariserat är Sverige?* Källa: <https://fof.se/artikel/hur-polariserat-ar-sverige> (Hämtad: 2021-03-07).

²³ SVT Nyheter (2019) *Polariseringen ökar – men inte lika mycket som USA*. Källa: <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/polariseringen-okar-men-inte-lika-illa-som-usa>. (Hämtad: 2021-03-07).

²⁴ OECD (2019) OECD Development Co-operation Peer Reviews: Sweden 2019, OECD Development Co-operation Peer Reviews, OECD Publishing, Paris. Källa: <https://doi.org/10.1787/9f83244b-en> (Hämtad: 2021-03-07).

²⁵ Regeringskansliet (2019) Regeringens skrivelse 2019/20:17. *Sveriges feministiska utrikespolitik*. Källa: <https://www.regeringen.se/4a732f/contentassets/8db3c4560ab0466faf82edaa1c209fe0/sveriges-feministiska-utrikespolitik-skr-20192017.pdf> (Hämtad: 2021-03-07).

²⁶ Regeringskansliet (2019) *Demokratisatsningen tar form*. Källa: <https://www.regeringen.se/artiklar/2019/11/demokratisatsningen-tar-form/>. (Hämtad 2021-03-07).

²⁷ Fridays for Future. Källa: <https://fridaysforfuture.se/> (Hämtad 2021-03-07).

²⁸ Ungdomsbarometern (2020) *Generation Z!*. Källa: <https://www.ungdomsbarometern.se/rapportslapp-generation-z/> (Hämtad 2021-03-07).

²⁹ FCG (2021) *Evaluation of the implementation of the Strategy for Information and Communication 2016-2022. Final report*, s. 14. Dokumentnummer: 007098/21.

³⁰ Retriever (2018) *Medieanalys Budskap juli – december 2017*.

³¹ Retriever (2019) *Medieanalys – Budskap januari – juni 2019*.

I den senaste mätningen, för andra halvåret 2020, har jämställdhetsperspektivet fått mest genomslag medan miljö- och klimatperspektivet syntes minst av de redovisade budskapen.³²

Det överensstämmer med organisationernas verksamhet, där jämställdhetsperspektivet ges stort fokus medan färre insatser under strategiperioden har integrerat miljö- och klimatperspektivet på ett adekvat sätt. En portföljanalys genomförd av Sidas Helpdesk för miljö och klimatförändringar 2019 bekräftar bilden, och insatser för att tydligare integrera miljö och klimat-perspektivet i kommunikationen är på gång och kommer även att följas upp i dialog med organisationerna.³³

Sammantaget kan det finnas anledning att se över tillämpningen av de fem perspektiven på portföljen som helhet. Samtidigt är det värt att notera att kommunikationsstrategin skiljer sig från övriga strategier i det att den vänder sig till en svensk målgrupp med målet att öka kunskapen om och engagemanget för svenskt utvecklingssamarbete och dess resultat. Kommunikationsstrategin i sig styr inte genomförandet av biståndsinsatser, och de fem perspektiven blir därmed av mer redovisande karaktär.

2.3 Sveriges roll i strategisammanhanget

Kommunikationsstrategin genomförs till skillnad mot övriga biståndsstrategier i Sverige med svensk allmänhet som målgrupp. En beskrivning av givarkontexten är därför inte aktuell och detta avsnitt utgår härmed.

2.4 Synergier med andra svenska strategier och aktörer

Då detta är Sidas enda strategi vars insatser genomförs i Sverige med i huvudsak svenska målgrupper är kopplingar och samordning med andra strategier för att uppnå synergier kring resultat och effekter annorlunda än för bilaterala och regionala strategier i samarbetsländerna. Resultaten från det svenska utvecklingssamarbetet under övriga strategier utgör däremot underlag för innehåll som kommuniceras. Sedan 2019 pågår även ett systematiskt arbete för att stärka den strategiska kommunikationen internt på Sida. Arbetet förväntas bidra till att stärka genomförandet av samtliga strategier, inklusive leda till tydligare kommunikation mot målgrupper i Sverige.

Det finns tydliga kopplingar till två av Sidas övriga strategier; CSO-strategin och KAPAME-strategin, framförallt genom att de bidragsmottagande aktörerna i flera fall är desamma. Viss samordning mellan genomförandet av kommunikationsstrategin och dessa strategier äger rum som i sin tur skapar synergier, men det finns fortfarande potential att utveckla dialogen för att strategierna bättre ska stödja varandra.

Strategi för stöd genom svenska organisationer i det civila samhället 2016-2022 (CSO-strategin)

Den verksamhet som bedrivs inom ramen för CSO-strategins insatser utgör ett centralt innehåll i det som kommuniceras gentemot svenska målgrupper, vilket skapar naturliga synergier. De organisationer som erhåller bidrag både inom kommunikationsstrategin och CSO-strategin deltar frekvent på Sidas workshops och mötesplatser kring bland annat resultatstyrning och kommunikation, vilket bidrar till att stärka deras kapacitet att genomföra och följa upp informations- och kommunikationsinsatser.

Strategi för kapacitetsutveckling, partnerskap och metoder som stödjer Agenda 2030 för hållbar utveckling 2018-2022 (KAPAME-strategin)

KAPAME-strategin har inriktning på stärkt kapacitet och lärande inom svensk resursbas för internationellt genomförande av Agenda 2030. Här finns kopplingar till kommunikationsstrategin, som i delar syftar till kunskapsökning kring de Globala målen och Agenda 2030. Detta kan ses som kompletterande och förstärkande men kan även bidra till otydlig styrning. För att motverka det har den interna samordningen på Sida stärkts. Ett exempel på samverkan med KAPAME-strategin är Svenska FN-förbundet som i en insats via kommunikationsstrategin informerat och utbildat kommuner och

³² Retriever (2021) *Medieanalys – Budskap Juli – december 2020*.

³³ FCG (2021) *Evaluation of the implementation of the Strategy for Information and Communication 2016-2022. Final report*, s. 15. Dokumentnummer: 007098/21.

regioner om de Globala målen och Agenda 2030 i samverkan med Sveriges Kommuner och Regioner (SKR).³⁴ Nyligen inrättades även ett "Myndighetsnav" på Sida för att underlätta samarbetet för de myndigheter som deltar i kapacitetsbyggande inom utvecklingssamarbetet. En viktig komponent i navet är att stärka kommunikationen, även externt, vilket innebär utökade möjligheter för synergieffekter.

Sidas kommunikationsenhet (KOM) och Sida Partnership Forum (SPF) arbetar för att uppnå en mer balanserad sammansättning av aktörer inom kommunikationsstrategin, ju fler aktörer som deltar desto fler målgrupper kan nås. Sedan ett drygt år pågår ett arbete för att mobilisera fler grupper att informera om sitt engagemang inom svenskt utvecklingssamarbete så att också deras insatser synliggörs.

Synergieffekter mellan kommunikationsstrategin och Sidas övriga strategier kan sammanfattningsvis ses i den kommunikation kring Sidas insatser som påverkar opinion, insamling och bidrag för specifika verksamheter i Sidas samarbetsländer. På så sätt bidrar även genomförandet av kommunikationsstrategin till strategimålen i andra strategier.

³⁴ Glokala Sverige 2021-2023. Ärendenummer: 20/001294.

3 Resultatredovisning

Average Annual Strategy Amount 2020:

155 000 KSEK

Total Strategy Outcome 2020:

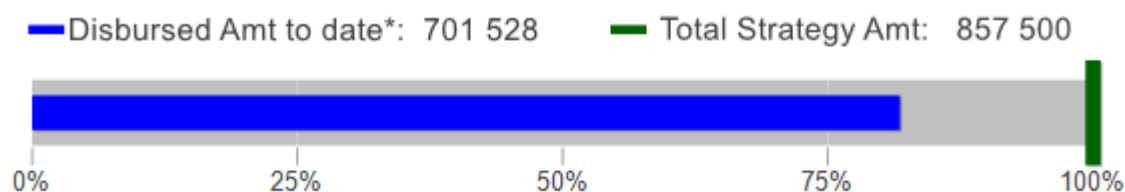
157 954 KSEK

Table 1. Financial Overview 2020 per Area of Support/Objective in Strategy

Strategi	Stödområde	Mål	Utbetalat 2020
Strategy	Areas of Support	Objective	Outcome 2020 (KSEK)
Information and communication through CSOs 2016-2022	Total		157 954
	Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat	Ökad kännedom om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de globala målen för hållbar utveckling	23 735
		Ökad kunskap om utvecklingssamarbetes roll i en rättvis och hållbar global utveckling	19 196
		Ökad kunskap om Sveriges offentligt finansierade bistånd som genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer	1 979
		Total	44 911
	Kunskapsspridning och opinionsbildning i syfte till att bidra till fattigdomsbekämpning och en rättvis och hållbar global utveckling	Ökad kunskap om genomförandet för politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de globala målen för hållbar utveckling	36 151
		Breddat folkligt deltagande i arbetet för en rättvis och hållbar global utveckling	32 759
		Ökad kunskap om de drivkrafter och hinder som påverkar och styr en rättvis och hållbar global utveckling	27 190
		Ökad kunskap om vad man som individ själv kan göra för att bidra till en rättvis och hållbar global utveckling	7 990
		Total	104 090
	Oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll och andra politikområdets bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling	Ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten	4 542
		Breddad bevakning och ökat intresse för granskande aktörer för globala utvecklingsfrågor och frågor som rör bistånd	557
		Ökad kunskap om olika politikområdets bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling	3 854
		Total	8 953

Table 2. Total Strategy Amount and Disbursed Amount During the Strategy Period (KSEK)

Strategy is in its 6th year with total duration of 7 years.



* Note that the Disbursed Amt to date includes even payments made in the last year of the previous strategy, 77 036 KSEK

Table 3. Agreed Amounts per Area of Support for the Strategy Period

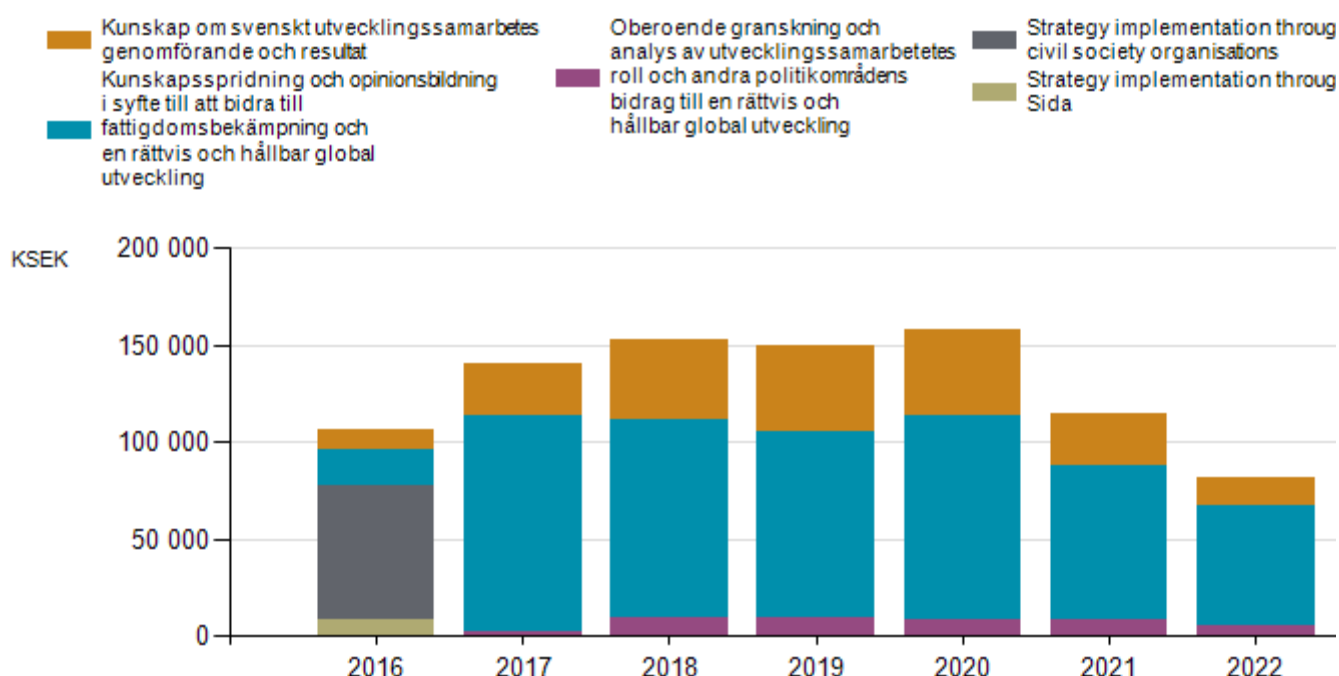
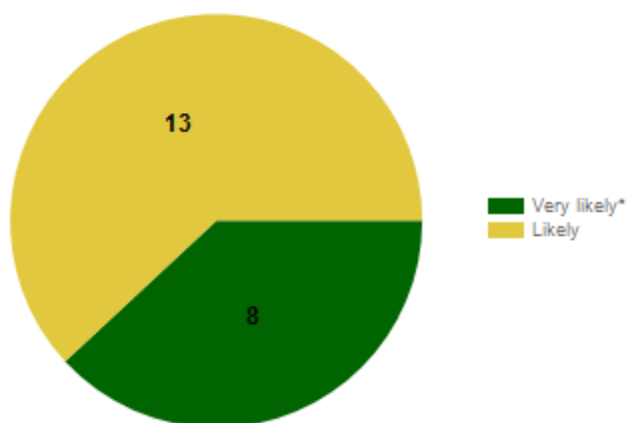


Table 4. Assessment of the Likelihood of Achieving the Contribution Objectives

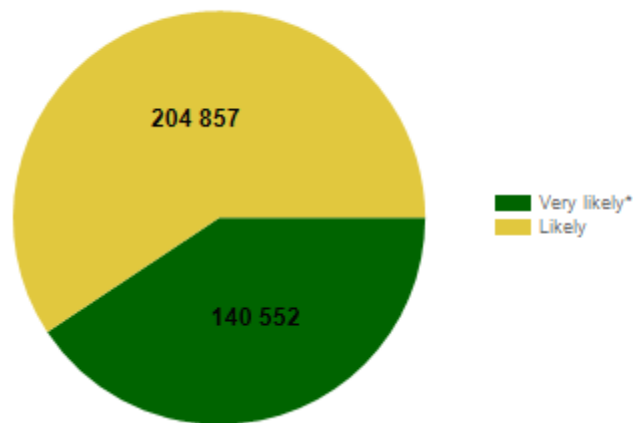
The two pie charts show the assessments of the likelihood of achieving the objectives of the contributions included in the strategy portfolio as per (4.1) contributions and (4.2) accumulated disbursed amount. The data is system-generated and aggregated based on the *Conclusion on Performance* (CoP) in Trac. In connection with the CoP, the question of the likelihood of achieving the contribution objective is answered according to a four-point scale, namely:

1. Very likely
2. Likely
3. Not likely
4. Not appraisable¹

4.1 As per Contribution



4.2 As per Accumulated Disbursed Amount (KSEK)



* Agreements newer than one year are assessed as "very likely" by default.

** Assessments made in Trac 6 have not been migrated since some questions in Trac 7.0 are new and have no equivalent in earlier versions of Trac. Therefore, the assessments made in Trac 6 are grey.

Sidas bidrag till förändring på strateginivå

Strategin för informations- och kommunikationsverksamhet, inklusive genom organisationer i det civila samhället 2016-2022 syftar till att informera om svenskt utvecklingssamarbete samt att främja öppen debatt, folklig förankring, stärkt engagemang och brett deltagande för en rättvis och hållbar global utveckling i Sverige. När mindre än två år återstår på den sjuåriga strategiperioden kan vi konstatera att kommunikationsstrategin är fortsatt relevant och att det arbete som en bredd av utförande organisationer bidrar med sammantaget adderar till det övergripande syftet.

Samtidigt har den delvis negativa utvecklingen i kontexten som vi sett på senare år påverkat möjligheten att nå strategimålen och delvis bromsat den positiva utveckling vi tidigare har sett i mätningar. För att möta detta ser vi över arbetssätt och organisering för att bli effektivare och tydligare samt har även inlett ett arbete med att bredda antalet aktörsgrupper som bidrar till innehållet i strategin. Bland annat hölls en workshop tillsammans med kommunikationschefer på myndigheter 2020 för att utforska deras möjligheter att kommunicera resultat från biståndet i Sverige.

Fördelningen av strategibeloppet mellan de tre stödområdena enligt tabell 1 i rapport P6, speglar i huvudsak budgetuppdelningen i genomförandet. För perioden 2016-2020 är den totala utbetalningen 701,5 MSEK. Fördelningen mellan respektive stödområde har legat relativt konstant under perioden. Huvuddelen av strategibeloppet har allokerats till stödområde två där olika aktörer, framförallt civilsamhällesorganisationer, får stöd för genomförande av kommunikationsinsatser. Dessa medel delegeras till SPF i Härnösand som handlägger insatserna.

Sidas eget kommunikationsarbete bidrar i första hand, men inte uteslutande, till stödområde ett. Även andra aktörer bidrar genom kommunikationsaktiviteter som synliggör det arbete som bedrivs i partnerländer och de resultat som uppnås. Lägst utfall ses i stödområde tre, som inte fanns med i den föregående strategiperioden. Utfallet speglar den mindre portföljen av insatser som syftar till att civilsamhällesorganisationer, tankesmedjor, journalister med flera bidrar till oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll för en rättvis och hållbar global utveckling.

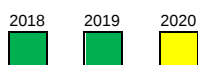
Det tre stödområdena är sammanlänkade och insatserna bidrar ofta till mer än ett stödområde, även om detta inte speglas i hanteringen av insatserna. Till exempel bidrar många av insatserna inom stödområde två, som främst genomförs av civilsamhällesorganisationer, även till stödområde ett när de berättar om den egna verksamheten.

Coronapandemin har påverkat genomförandet av vissa insatser inom kommunikationsstrategin, särskilt gäller det mötes- och seminarieverksamhet samt utbildningar. Många samarbetspartners har dock kunnat ställa om verksamheten och genomföra aktiviteterna digitalt. Inga avtal har behövt avslutas p.g.a. pandemin.

3.1 Stödområde 1: Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat

Strategimål

	2018	2019	2020
			

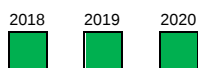


- Ökad kännedom om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling
- Ökad kunskap om utvecklingssamarbetets roll i en rättvis och hållbar global utveckling

- Ökad kunskap om Sveriges offentligt finansierade bistånd som genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer
- Ökad kunskap om att Sverige ger stöd via internationella organisationer som FN och utvecklingsbankerna samt är en viktig aktör inom ramen för EU:s utvecklingssamarbete

Sida bedömer att insatserna som genomförts inom ramen för stödområde ett (1) bidrar till att öka kunskapen om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat. Våra mätningar visar att kännedomen om de Globala målen för hållbar utveckling fortsätter öka, men vi ser sedan ett par år en inbromsning av den hittillsvarande trenden mot en mer realistisk världsbild. Den sammanvägda bedömningen blir därför att utvecklingen mot strategimålen delvis går framåt (gult).

Portfölj



Sida bedömer att portföljen med insatser i huvudsak är relevant och att insatserna bidrar till att nå målen i stödområdet (grönt). Portföljen innehåller ett 20-tal insatser och antalet har legat relativt konstant under perioden. Sidas eget kommunikationsarbete bidrar till stor del av genomförandet, men även andra aktörer bidrar, denna andel har ökat sett över tid. Den största mottagaren är UNDP där stödet har skalats upp från 2 MSEK i början av strategiperioden till att omfatta 8 MSEK år 2020. Det utökade stödet har bl. a inneburit att seminarier, webbplatsen globalamalen.se och lärmaterial nått viktiga prioriterade målgrupper. Besöksantalet för globalamalen.se har ökat stadigt och år 2018 hittade över 550 000 besökare till globalamalen.se för att sedan öka till 829 000 besökare under 2019 och 904 000 år 2020.³⁵

Med insatserna i portföljen ska Sida nå en bred allmänhet i hela Sverige men särskild fokus ska ges de angivna målgrupperna intresserad allmänhet, beslutsfattare, ungdomar och journalister. En portföljöversikt visar att vi når samtliga dessa målgrupper. Sida har själva valt att ge särskild prioritet åt målgrupperna ungdomar och journalister. Ungdomar är den grupp där engagemanget och intresset för utveckling i fattiga länder är störst, samtidigt som endast en av tre anser sig ha en god bild av hur Sverige arbetar med bistånd.³⁶ Genom media når vi bäst ut till en bred allmänhet.

Målgruppen ungdomar har bl. a nåtts via Alumni-programmet där tidigare MFS-studenter³⁷ ingår och bidrar genom att föreläsa om sina erfarenheter och om svenskt utvecklingssamarbete för skolelever. Programmet har varit mycket framgångsrikt under strategiperioden och har med råge överträffat målet att nå 7 500 personer per år. År 2019 nåddes hela 13 067 personer och för hela fyraårsperioden har 41 450 personer nåtts. I och med coronapandemin ställdes insatsen om till digitalt format. Trots detta var det svårt att nå ut på samma sätt som tidigare men 5 233 personer nåddes ändå under 2020.³⁸

Det strategiska och proaktiva mediearbetet har både bidragit till en mer realistisk bild av biståndet och ökat kunskapen om resultaten. Sedan 2016 har resurserna utökats för Sidas presstjänst och arbetet har organiserats strategiskt i en redaktion. Antalet artiklar och inslag där Sida och bistånd nämns har ökat stadigt under perioden från 1 197 publicerade inslag 2017³⁹ till 1 367 under 2019⁴⁰. År 2020 publicerades något färre inslag, 1 113 stycken⁴¹ med anledning av den extrema situationen i och med coronapandemin där medieanalysen för 2020 visar att utrymmet för andra nyheter minskade. Samtidigt skapades möjlighet att berätta om biståndet utifrån ett coronaperspektiv och Sida kom under året väl ut i media om hur biståndet ställt om.

³⁵ UNDP kommunikationsstöd 2019-2022. Ärendenummer: 18/001203.

³⁶ Opinion 2020, s 5. Dokumentnummer: 002394/21.

³⁷ Minor Field Study är ett program på högskolenivå som gör det möjligt att göra en fältstudie i ett utvecklingsland.

³⁸ Sida Alumni 2020-2022. Ärendenummer: 19/000431.

³⁹ Strategirapport för Informations- och kommunikationsverksamhet 2017, s. 8. Dokumentnummer: 011937/18.

⁴⁰ Resultattabell infokom 2016-2020. Dokumentnummer: 008320/21

⁴¹ Ibid.

I takt med att användandet av kanaler i social media ökat i samhället har även Sida stärkt den digitala kommunikationen och resurserna för social media har ökat successivt under strategiperioden. Genom sociala medier når vi ut till många på ett resurseffektivt sätt och vi ser också att vi har möjlighet att nå gruppen ungdomar via dessa kanaler, särskilt på Instagram där 60 procent av våra följare är under 34 år. Antalet följare har ökat stadigt i sociala medier och Sida har nu 41 600 följare på Twitter, 32 600 på LinkedIn och 10 300 på Instagram⁴². För Facebook har utvecklingen inneburit att våra inlägg setts av i snitt 7 314 personer under 2020⁴³ vilket kan jämföras med 4 685 personer per inlägg under 2017⁴⁴.

Sida har även genomfört flertalet evenemang under perioden, ofta tillsammans med organisationer i det civila samhället och andra samarbetsparter. Exempel på evenemang är seminarier serien Development Talks, Sverige i världen under Almedalsveckan, konferensen Utvecklingsforum och Globala Kommunen med aktiviteter lokalt på flera orter i Sverige.⁴⁵ Flera av dessa evenemang når särskilt *beslutsfattare och samarbetspartners* men även andra målgrupper har nåtts.

Att öka kunskapen om och engagemanget för *Globala målen för hållbar utveckling* är centralt för hela portföljen och ingår i huvuddelen av Sidas kommunikationsinsatser. I den särskilda utlysningen av medel till aktiviteter om Globala målen kom det in cirka 650 ansökningar, varav närmare 150 beviljades, under projektperioden 2016-2020.⁴⁶ Samtliga av Sidas målgrupper har nåtts och alla aktörsgrepp har involverats, såsom näringslivet, myndigheter, akademien, kommuner och civilsamhällesorganisationer. Uppskattningsvis har 36 miljoner nåtts via aktiviteterna, vilket innebär att många har nåtts flera gånger.⁴⁷ Exempel på aktiviteter är workshops, poddar, filmer, kurser, appar, tävlingar, utställningar, studiematerial, publika event och kampanjer.

Även övriga delmål under stödområde 1 ingår i Sidas egen kommunikation. Exempelvis beskrivs *utvecklingssamarbetets roll i en rättvis och hållbar global utveckling* i sociala medier, vid olika seminarier och evenemang, samt på Sidas webbplats. Både sida.se och openaid.se fick ny form under 2020 i och med byte till ny plattform. I och med omgörningen har sajterna setts över ur målgruppsperspektiv och ett grundligt arbete med utseende, form och funktion har skett. Besökarna på sajterna har ökat stadigt under perioden, från sammanlagt 977 889 visningar 2017 till 1 226 927 visningar år 2020.⁴⁸

Detsamma gäller information om att *Sveriges offentligt finansierade bistånd genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer*. Globala kommunen är ett konkret exempel, där många lokala aktörer, såsom civilsamhällesorganisationer, företag och skolor, engagerats och genomfört aktiviteter tillsammans med Sida.

Att *Sverige ger stöd via internationella organisationer som FN och utvecklingsbankerna samt är en viktig aktör inom ramen för EU:s utvecklingssamarbete* lyfts också fram i kommunikationen, bland annat genom ökat stöd till och samverkan med FN-förbundet och UNDP. Exempelvis har UNDP arrangerat #UN Talks-seminarier och en kunskapshöjande studieresa till Ukraina för utrikesutskottets riksdagsledamöter.

Analys

Sidas bedömning är att portföljen inom stödområde ett (1) är relevant och att insatserna bidrar till strategimålen. Däremot ser vi att trenden som tidigare varit mot en mer realistisk världsbild avstannat. I mätningar ser vi också en försvagning av intresse och engagemang för utvecklingsfrågor och bistånd

⁴² Mål och utfall sociala medier 2020. Dokumentnummer: 008071/21.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Strategirapport för Informations- och kommunikationsverksamhet 2017, s. 8. Dokumentnummer: 011937/18.

⁴⁵ Sedan 2020 genomför inte Sida längre Globala kommunen.

⁴⁶ Gullers grupp (2021) *Globala målen: Sammanställning av resultaten av kommunikationsaktiviteter genomförda 2019 – 2020*, s. 3. Dokumentnummer: 008012/21.

⁴⁷ Ibid., s. 9.

⁴⁸ Resultattabell infokom 2016-2020. Dokumentnummer: 008320/2.

och vi ser en ökning av andelen personer som tycker att ”Sverige har nog med egna problem som borde lösas först, sedan kan vi börja tänka på andra länder”.⁴⁹

Samtidigt ökar kännedomen om Globala målen stadigt. Enligt Sifo Kantars webbmätning har kännedomen ökat från 37 procent 2017 till 47 procent 2020.⁵⁰ Den sammanvägda bedömningen är därför att utvecklingen mot strategimålen går delvis framåt (gult). I och med utvecklingen och förändringarna i kontexten ser vi att stödområdet är fortsatt relevant för att fler ska förstå vilken roll svenskt bistånd har för global hållbar utveckling och vilka resultat som Sverige bidrar till.

För att möta utvecklingen och nå ut bredare i kommunikationen har omställningen mot ett mer katalytiskt arbete påbörjats där våra resurser förväntas ge större mervärde och utväxling, såsom att inspirera och stötta andra aktörer och medarbetare att kommunicera om biståndet. För att lyckas i omställningen pågår ett internt förändringsarbete sedan två år med syfte att stärka den strategiska kommunikationen inom Sida och underlätta för fler medarbetare att bidra till den externa kommunikationen. Ett initiativ för att få fler aktörsgrupper att medverka i kommunikationen pågår också där framför allt myndigheter är en viktig grupp.

Under strategiperioden har Sida minskat antalet egna aktiviteter på arenor där andra aktörer genomför kommunikationsinsatser som bidrar till målen i strategin.

3.2 Stödområde 2: Kunskapsspridning och opinionsbildning i syfte att bidra till fattigdomsbekämpning och en rättvis och hållbar global utveckling

Strategimål

2018	2019	2020
		

- Ökad kunskap om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling
- Breddat folkligt deltagande i arbetet för en rättvis och hållbar global utveckling
- Ökad kunskap om de drivkrafter och hinder som påverkar och styr en rättvis och hållbar global utveckling
- Ökad kunskap om vad man som individ själv kan göra för att bidra till en rättvis och hållbar global utveckling

Sidas sammantagna bedömning är att de insatser som genomförts inom ramen för stödområde två (2) har bidragit till att öka kunskap om och skapa stärkt engagemang för globala utvecklingsfrågor. Sifo Kantars mätningar visar även att kännedomen om de Globala målen för hållbar utveckling fortsatt ökar. Mot bakgrund av det försvagade intresset och engagemanget för utvecklingsfrågor bland svensk allmänhet är däremot Sidas bedömning att utvecklingen mot strategimålen delvis går bakåt (gult).

Portfölj

2018	2019	2020
		

Sidas bedömning är att portföljen gällande strategins stödområde två i huvudsak är relevant. Stödet till civilsamhällesorganisationer (CSO) utgör den största delen av det totala strategigenomförandet 2016-

⁴⁹ Opinion 2020, s. 13. Dokumentnummer: 002394/21.

⁵⁰ Ibid., s. 5.

2020. Mot bakgrund av Sidas uppdrag att bidra till en rättvis bild av svenskt utvecklingssamarbete, där en bredd av aktörer bidrar med olika kompetenser och perspektiv, har ett arbete påbörjats för att finansiera initiativ som drivs av andra aktörer än CSO:er.

Portföljen har sedan den inledande strategiperioden utökats med två samarbetspartners: Civil Rights Defenders (CRD) och Internationellt Centrum för Lokal Demokrati (ICLD). CRD blev en ny aktör baserat på rollen som strategisk partnerorganisation till Sida och ICLD som en del i en satsning på kommuner och regioner.⁵¹ Följande organisationer mottar i dagsläget stöd från Sida inom ramen för kommunikationsstrategins stödområde två:

- 17 strategiska partnerorganisationer (SPO);⁵²
- Svenska FN-förbundet genom programmet Glokala Sverige;
- Universitets- och högskolerådet (UHR) genom programmet Den globala skolan (DGS);
- Internationellt Centrum för Lokal Demokrati (ICLD);
- United Nations Development Programme (UNDP).

Några av SPO:erna har i sin tur vidarefördelat medel till ett 70-tal mindre organisationer, såsom Erikshjälpen, Framtidsjorden, Svenska Burmakommittén, MyRight och MÄN. Majoriteterna av insatserna inom ramen för strategiportföljen har som syfte att bidra till ökad kunskap, ökat engagemang samt påverkans- och opinionsarbete.⁵³

Det är överlag tydligt att vidarefördelning kan skapa utrymme för en större mångfald av strategigenomförare, och samtidigt bidra till en breddad bild av biståndet eftersom organisationerna når olika grupper hos allmänheten. Samtidigt leder den ram som Agenda 2030 utgör till en hög grad av samstämmighet då projekt strävar mot samma mål. Ett exempel är att ForumCiv under 2020 samlade ett nätverk av generalsekreterare bland Sidas Strategiska Partnerorganisationer (GS-nätverket) för att bland annat diskutera den vikande trenden kring kunskap och engagemang om global hållbar utveckling i Sverige. Vikten att kommunicera biståndets resultat gentemot olika målgrupper i Sverige betonades. Nätverkets medlemmar enades om att ta fram gemensamma budskap, samt att tillsammans arbeta för en korrekt och nyanserad bild av biståndet i stort – inte enbart det som genomförs av civilsamhället.⁵⁴

Insatserna och aktiviteterna i portföljen har under perioden riktat sig till målgrupper i hela Sverige, men med viss betoning på målgrupper i storstäder och tätorter. Vanligaste målgrupperna är unga, politiker/beslutsfattare och egna medlemmar. Trenden att bryta ned en ”intresserad allmänhet” till mer avgränsade och väldefinierade målgrupper fortsätter. Dock är det få som anger att personer med funktionsvariation eller nyanlända är specifikt uttalade målgrupper. Det finns även en generell utmaning med att vända sig till en allmänhet som inte redan är intresserad eller insatt i biståndsfrågor. Även diverse förändringar i det sociala medielandskapet, som exempelvis digitala ekokammare och spridning av desinformation är påfallande utmaningar i arbetet med att nå ut till nya målgrupper.

I och med coronapandemin och den digitala omställningen, har nya samarbeten inom ramen för strategigenomförandet inletts. Exempelvis har Union to Union, We Effect och Act Svenska kyrkan gått samman, som en del av det nya initiativet *Omstart Världen*, för att lyfta problematiken kring arbetslöshet som en effekt av pandemin.⁵⁵ Ett ytterligare exempel är rapporten *Coronapandemin slår hårt mot världens utsatta* sammanställd av We Effect, Kvinna till Kvinna, Islamic Relief, Individuell Människohjälp (IM), Plan International Sverige, Rädda Barnen och Svenska Missionsrådet (SMR). Rapporten ger en ögonblicksbild av hur pandemin drabbar invånare i de länder där de sju

⁵¹ Sida (2021) *Sidas årsredovisning 2020*, s. 51.

⁵² De strategiska partnerorganisationerna. Källa: <https://www.sida.se/partner-till-sida/civilsamhallet-och-organisationer> (hämtad 2021-03-01). Även Svenska Afghanistankommittén (SAK) är en SPO inom ramen för Afghanistananslaget.

⁵³ Portföljanslys infokom 2020. Dokumentnummer: 007840/21.

⁵⁴ *Strategirapport för Informations- och kommunikationsverksamhet, inklusive genom organisationer i det civila samhället 2016-2022, lägesuppdatering 2020*. Dokumentnummer: 015526/20.

⁵⁵ Se exempelvis Union to Union (2020) *Omstart världen: När jobben försvinner*. Källa: <https://www.uniontounion.org/omstart-varlden-nar-jobben-forsviner> (hämtad: 2021-03-05).

organisationerna verkar och är ett inlägg i debatten om vikten av biståndsmedel i att bemöta detta. Rapporten lanserades genom debattartiklar i ett stort antal medier samt genom debatt om rapportens rekommendationer där politiker från utrikesutskottet medverkade.⁵⁶

En fråga som har lyfts av organisationerna i dialogen med Sida med anledning av coronapandemin är behovet av kompetensförstärkning och stöd i den digitala omställningen. Mot denna bakgrund höll SPF ett erfarenhetsutbyte om digital kapacitetsutveckling. Ett direkt resultat var en sammanställning av goda exempel och erfarenheter av partnerskapssamverkan för digital omställning.⁵⁷

Tematiken och innehållet i kommunikationen har speglat prioriterade ämnesområden inom utvecklingssamarbetet, som till exempel det multidimensionella fattigdomsperspektivet, jämställdhet och demokrati. Organisationerna arbetar i regel fokuserat inom ett område snarare än med flera perspektiv. Att adressera skärningspunkten mellan två eller flera frågor blir däremot allt vanligare. Jämställdhet har genomgående haft ett stort fokus i insatserna. Sedan tidigare ser vi även att få har miljö och klimat som fokusområde. Endast WWF och Naturskyddsföreningen har det som huvudfokus.⁵⁸ Flera organisationer rapporterar däremot att de stärkt sin integrering av miljö- och klimatperspektiven i kommunikationen.⁵⁹

Det krympande demokratiska utrymmet, humanitärt bistånd och Agenda 2030 är områden som fått ökat fokus under strategiperioden. Svenska FN-förbundet, UHR och Svenska Missionsrådet (SMR) är exempel på samarbetspartners som driver insatser med särskilt fokus på att öka kännedom och kunskap om samt stärka implementeringen av Agenda 2030.

Glokala Sverige, som drivs av svenska FN-förbundet i samverkan med Sveriges Kommuner och Regioner (SKR) och ICLD, har exempelvis utbildat politiker och tjänstepersoner inom ca 130 kommuner och 16 regioner. Under 2019 deltog minst 2836 tjänstepersoner och 1388 politiker i Glokala Sveriges utbildningsinsatser, varav 94 procent av utbildningsdeltagarna angav att den nya informationen och kunskapen kommer till praktisk nytta i deras arbete.⁶⁰

UHR:s insats Den globala skolan (DGS) utgår från hållbarhetsmål 4 och lärande för hållbar utveckling (LHU). Insatsen fokuserar på att stötta skolledare, rektorer och skolförvaltning så att de i sina roller kan skapa gynnsamma förutsättningar för LHU. Resultat från utvärderingar genomförda 2019 visar exempelvis att 93 procent av deltagarna uppger att de har fått ökad kunskap om hållbar utveckling, och lika hög andel anger att de har fått verktyg för lärande för hållbar utveckling att använda i sin profession.⁶¹ Genom baslinjestudier har flertalet av SMR:s medlemsorganisationer som arbetar med lärare som målgrupp, konstaterat att kunskapen om de Globala målen är förhållandevis låg. Genom riktade insatser för att öka kunskapen och engagemanget för de Globala målen och Agenda 2030 har man sedan bidragit till att lärare har integrerat de Globala målen och Agenda 2030 i undervisningen.⁶²

Arbetet med opinionsbildning och påverkan har kontinuerligt stärkts under strategiperioden. Kvinna till kvinna är ett exempel på en samarbetspartner som bedrivit ett systematiskt påverkansarbete med beslutsfattare/makthavare som målgrupp. Ett exempel är en kartläggning och analys av finansiella institutioners jämställdhetsarbete och involvering av civilsamhället inom policy och

⁵⁶ Se exempelvis We Effect, Kvinna till Kvinna, Islamic Relief, Individuell Människohjälp (IM), Plan International Sverige, Rädda Barnen och Svenska Missionsrådet (2020) *Coronapandemin slår hårt mot världens utsatta*. Källa: https://kvinnatillkvinna.se/wp-content/uploads/2020/06/Coronapandemin-slar-hart-mot-varldens-utsatta_17-juni-2020.pdf (hämtad 2021-03-01).

⁵⁷ Sida (2020) *Tips kring digitalisering av lärinterventioner*. Dokumentnummer: 007817/21.

⁵⁸ Sidas miljöhelpdesk (2019) *Portföljanalys miljö och klimat 2019*. Dokumentnummer: 007824/21.

⁵⁹ Se exempelvis SMR (2020) *Medlemsdagar 2020: Klimatet och skapelsen*. Källa: <https://www.smc.global/kalender/medlemsdagar-2020/> (hämtad 2021-02-26).

⁶⁰ Svenska FN-förbundet (2020). *Glokala Sverige rapportering 2019*. Dokumentnummer: 014390/20.

⁶¹ *Sammanfattande resultatuppdatering Universitets- och högskolerådet (UHR) 2018, 2019, 2020*. Dokumentnummer: 032255/20.

⁶² *Sammanfattande resultatuppdatering Svenska Missionsrådet info/kom 2018-2019, 2020-2021*. Dokumentnummer: 032261/20.

programimplementering. Resultatet är bland annat en bredare partnerskapssamverkan inom ramen för Bretton Woods Project; ett påverkansarbete riktat mot finansiella institutioner i frågor som bland annat rör kvinnors rättigheter och jämställdhet.⁶³

Även Naturskyddsföreningen har genomfört flera framgångsrika påverkanskampanjer med fokus på klimat- och miljöfrågor riktat mot beslutsfattare. Den mediala uppmärksamheten kring Naturskyddsföreningens granskning av AP-fondernas fossila investeringar bidrog bland annat till att Riksrevisionen nu förbereder en utredning av AP-fondernas hållbarhetsarbete.⁶⁴

Flera folkbildningsinsatser för att lyfta prioriterade frågor har genomförts under strategiperioden. Ett exempel är RFSU:s projekt *Body Rights 2030*. Under 2019 utbildades 23 ambassadörer inom frågor som rör Sexuell och Reproductiv Hälsa och Rättigheter (SRHR) och Agenda 2030. Genom ambassadörsnätverket genomfördes 49 utbildningar med fokus på aborträtt, sexualundervisning och icke-diskriminering, runt om i Sverige. RFSU beräknar att uppemot 1 000 personer sammanlagt har deltagit i utbildningarna. Deltagarutvärderingar indikerar att samtliga deltagare har fått ökad kunskap om kopplingen mellan icke-diskriminering, aborträtt, sexualundervisningen, Agenda 2030 och global utveckling. En majoritet (55 procent) angav att de avser fortsätta sitt engagemang efter avslutad utbildning.⁶⁵

Analys

Sidas bedömning är att portföljen för strategins stödområde två i huvudsak är relevant, och att de insatser som genomförs bidrar till att öka kunskapen och stärka engagemanget för globala utvecklingsfrågor. Mot bakgrund av det försvagade intresset och engagemanget för utvecklingsfrågor är däremot Sidas sammanvägda bedömning att utvecklingen mot strategimålen delvis går bakåt.

Sida konstaterar att kommunikationsinsatser som syftar till att öka kunskap i kombination med att förändra beteenden har haft större genomslag och bättre resultat än de som enbart syftar till att öka kunskapen. Det beror sannolikt på att en högre nivå av förändring kräver en mer genomtänkt och strategisk interventionslogik för att lyckas.

Flera organisationer lyfter svårigheten i att mäta ökad kunskap, och det är märkbart att metoder för uppföljning, utvärdering och lärande blir allt viktigare. Den kontinuerliga dialogen med och stödet till kapacitetsutveckling för organisationerna har bidragit till stärkt resultatstyrning. Sida noterar även att dialogen organisationerna emellan har utvecklats, och att vidareförmedlarna ForumCiv och Svenska Missionsrådet har arbetat närmare tillsammans kring metoder för uppföljning och utvärdering.

När det gäller tematiken ser Sida ett behov av att stärka kommunikationen om miljö- och klimatfrågor. Även kommunikationen gentemot underrepresenterade grupper, som exempelvis diasporagrupper, nyanlända, och personer med funktionsvariationer, bör intensifieras. Att inget får lämnas utanför är en av de övergripande principerna i Agenda 2030, och Sida ser utvecklingsmöjligheter vad gäller initiativ för att nå underrepresenterade grupper.

Under 2021 planeras ett dialogmöte med samarbetspartners där bland annat målgruppsanalys, metoder för uppföljning, utvärdering och lärande, samt miljö- och klimatmålen kommer att diskuteras. Mot

⁶³ Sammanfattande resultatuppdatering *Kvinna till Kvinna infokom 2018, 2019-2021*. Dokumentnummer: 032260/20.

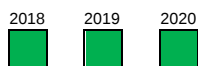
⁶⁴ Se bland annat *Sammanfattande resultatuppdatering; Naturskyddsföreningen 2017-2020*. Dokumentnummer: 040109/20 samt *Bedömning av genomförande för överlämning*, Dokumentnummer: 039787/20; Expressen (2020) *De gav barnen hjärnskador – stötts med svenska pengar*. Källa: <https://www.expressen.se/nyheter/klimat/fossiljatten-gav-barnen-hjarnskador-finansieras-av-svenska-pensioner/>; Riksrevisionen (2020) AP-fondernas hållbarhetsarbete. Källa: <https://www.riksrevisionen.se/nu-granskas/pagaende-granskningar/ap-fondernas-hallbarhetsarbete.html> (hämtad 2021-02-22).

⁶⁵ *Sammanfattande resultatuppdatering RFSU 2019*. Dokumentnummer: 030170/20 samt *Årsrapport RFSU infokom 2019*. Dokumentnummer: 018565/20.

bakgrund av allt snabbare och komplexa förändringar i omvärlden, kommer nytt fokus för 2021 att vara på utforskandet av och erfarenhetsutbyte kring flexibla arbets- och förhållningssätt.

3.3 Stödområde 3: Oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll och andra politikområdets bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling

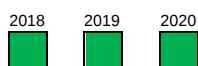
Strategimål



- Ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten
- Breddad bevakning och ökat intresse från granskande aktörer för globala utvecklingsfrågor och frågor som rör biståndet
- Ökad kunskap om olika politikområdets bidrag till en rättvis och hållbar globala utveckling

Sidas bedömning är att utvecklingen mot strategimålen går i rätt riktning (grönt). De pågående insatserna och aktiviteterna bidrar till granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll, särskilt vad gäller målet om ökad synlighet för utvecklingsfrågor i debatten.

Portfölj



Stödområde tre (3) är storleksmässigt det minsta området inom kommunikationsstrategin, vilket gäller både fördelade medel som antalet insatser. Sidas bedömning är att portföljen är relevant (grön) och att den bidrar till strategimålen. I dagsläget bidrar ett tiotal insatser till delmålen och storleken på portföljen har varit relativt konstant under strategiperioden.

Särskilt bidrar insatserna till delmålet om ökad synlighet för utvecklingsfrågor i debatten, där Utvecklingsmagasinet från Föreningen för utvecklingsfrågor (FUF) synliggör aktuella frågeställningar inom utvecklingssamarbetet, samt granskar åtaganden och efterlevnaden av dessa. Stipendieverksamheten till journalister genom Hiertanämnden är ytterligare ett exempel på en insats som till stor del bidrar till området. Via Hiertanämnden kan journalister ansöka om medel för granskning och studier. Insatsen utökades under 2019 med ett nytt stipendieformat med höjd stipendiesumman vilket innebar att antalet ansökningar mer än fördubblades, från 45 stycken 2018 till 100 under 2019.⁶⁶ Coronapandemin har påverkat insatsen då det inte har varit möjligt att genomföra planerade stipendieresor. För att åtgärda situationen har genomförandetiden förlängts.

Även magasinet OmVärlden bidrar till ökad synlighet för utvecklingsfrågor genom att bevaka och granska utvecklingssamarbetet och andra globala frågor med betydelse för utvecklingen. OmVärlden ska nå ut brett, men har från 2020 ett tydligare uppdrag att nå ut bland unga vuxna i åldern 18-35 år med ett intresse för internationell politik, hållbar utveckling och rättighetsfrågor. Mellan 2016 och 2020 har antalet prenumeranter på nyhetsbrevet ökat från cirka 6 000 till drygt 10 000.⁶⁷ Under strategiperioden har OmVärldens digitala kanaler och strategier utvecklats för att nå ut bland målgrupperna.⁶⁸ Magasinet har bl. a. fått ett long-readformat genom OmVärlden berättar⁶⁹ där ett flertal fördjupningar och granskande reportage har gjorts.

⁶⁶ Hiertanämnden 2017-2020. Ärendenummer: 17/001479.

⁶⁷ OmVärlden 2020-2022. Ärendenummer: 20/000025.

⁶⁸ Fram till 2015 gavs OmVärlden ut som papperstidning. Antalet prenumeranter var då knappt 4 000.

⁶⁹ Källa: <https://omvarldenberattar.se/> (Hämtad: 2021-03-08).

Flera civilsamhällsorganisationer bedriver eget gransknings- och analysarbete av globala utvecklingsfrågor. Samtliga av de organisationer som erhåller stöd inom ramen för strategin är medlemmar i Concord Sverige och medverkar direkt eller indirekt i Concords opinions- och granskningsarbete.

Sida tillgängliggör, i enlighet med transparensgarantin, också löpande öppna data om svenskt utvecklingssamarbete via webbplatsen Openaid.⁷⁰ Det möjliggör för alla att ta del av uppdaterad och internationellt jämförbar information. Det arbete som görs för att svara upp mot transparensgarantin bidrar på flera sätt till måluppfyllelsen inom stödområde tre.⁷¹ Sida har under perioden förstärkt publiceringsrutinen för att validera data innan den publiceras på Openaid. Andra förbättringsåtgärder vad gäller både förenkling och säkerhet i publiceringen har varit grunden för en omfattande omgörning av Openaid under 2019-2020. I slutet av september 2020 lanserades den nya webbplatsen som på ett tydligt och lättillgängligt sätt synliggör data för svenskt utvecklingssamarbete och öppnar upp för fler att granska och analysera biståndet.

Analys

Stödområdet är det minsta av de tre områden som utgör kommunikationsstrategin, men Sidas bedömning är att portföljen är relevant och att utvecklingen mot strategimålen går i rätt riktning. Vi anser att de tre stödområdena förstärker varandra och sammantaget bidrar till kommunikationsstrategins övergripande syfte. Att portföljen består av insatser som bidrar till fler än ett stödområde får anses naturligt då områdena och flera av delmålen är sammanlänkade.

Vi ser däremot en viss problematik i uppgiften att bidra till en oberoende granskning av biståndet, då vi som Sveriges biståndsmyndighet själva ofta är föremål för granskningen. Som exempel kan nämnas den utlysning av medel för att *granska, producera analytiska rapporter och kommunicera dessa* som gjordes under 2018, där fyra projekt beviljades medel. Flera viktiga lärdomar drogs i den efterföljande genomlysningen. Bland annat ifrågasattes hur oberoende Sidas bedömningar kan bli i utformningen av en sådan insats och i beviljandet av de ansökningar som kommer in.⁷² Stödområdet är dock bredare än så, då det även betonar vikten av en bred bevakning, aktiv debatt och synlighet för utvecklingsfrågor i samhället. Ur detta bredare perspektiv är stödområdet relevant för kommunikationsstrategins genomförande.

4 Implikationer och rekommendationer

4.1 Implikationer

Sidas bedömning är att portföljsammansättningen är relevant och att samtliga stödområden bidrar till att uppnå syftet med kommunikationsstrategin. Utifrån en aggregerad resultatanalys är bedömningen att utvecklingen mot strategimålen går framåt. Det vikande intresset och engagemanget för utvecklingsfrågor i Sverige gör arbetet med att nansera och förmedla en korrekt bild av svenskt utvecklingssamarbete och dess resultat än mer relevant. Även coronapandemins effekter för fattigdomsbekämpning är viktig att notera och bidrar till kommunikationsstrategins fortsatta relevans.

Civilsamhällsorganisationer har en dominerande roll som genomförare av majoriteten av insatserna. Detta bidrar till kontinuitet och ger förutsättningar för långsiktiga resultat och bärkraft. Samtidigt utgör det ett hinder för den ambition som finns att bredda gruppen av aktörer som bidrar till svenskt internationellt utvecklingssamarbete, exempelvis statliga myndigheter, universitet och den privata sektorn. Trots att dessa aktörer genomför insatser och tydligt och effektivt bidrar till det svenska

⁷⁰ Se Öppna data om det svenska biståndet. Källa: <https://openaid.se/> (hämtad 2021-03-08).

⁷¹ Openaid bidrar till stödområde 1 *ökad kunskap om det svenska utvecklingssamarbetets genomförande och resultat*, samt stödområde tre *oberoende granskning och analys*.

⁷² Slutrapport Gullers Grupp, genomlysning av utlysning oberoende granskning och analys. Dokumentnummer: 000991/19.

utvecklingssamarbetet får de inga medel för att kommunicera dessa gentemot målgrupper i Sverige. Detta är något som bör ses över inom ramen för en framtida strategiperiod. Initiativ för att bredda olika aktörsgrupper inom strategin pågår, men ytterligare ansträngningar i kombination med ett tydligare uppdrag krävs.

Sida har under senare delen av strategiperioden minskat antalet egna aktiviteter på arenor där andra aktörer genomför kommunikationsinsatser som bidrar till målen i strategin. Istället har omställningen mot ett mer katalytiskt arbete påbörjats där Sidas resurser förväntas ge störst mervärde och utväxling. Exempelvis genom att inspirera och stötta andra aktörer och medarbetare att kommunicera om biståndet. I den utvärdering som gjorts inför denna rapport pekar man på att de bästa förutsättningarna för att uppnå bärkraftiga resultat erhålls genom kommunikationsaktiviteter som bedrivs på projektbasis och som kombineras med kapacitetsutveckling, lokalt ägarskap och aktiv målgruppsmedverkan.⁷³ Det finns därför anledning att se över hur kommunikationsanslag kan integreras i bredare programstöd för ökad utväxling och större genomslag för svenskt utvecklingssamarbete. Ett sådant integrerat stöd kommer inom kort att testas av en samarbetspartner. Sida kommer att noga följa upp initiativet för att dra lärdomar inför fortsatt utveckling och liknande initiativ framöver.

Sida ser ingen anledning att göra några omfattande förändringar eller strategiska vägval i portföljen under den återstående delen av strategiperioden (2021-2022), men en större grad av snabbare anpassning av verksamheten anses som nödvändig, bland annat mot bakgrund av pågående pandemi. Mot ovanstående bakgrund, föreslår Sida följande justeringar inom ramen för den kvarvarande strategiperioden:

1. **Fattigdomsperspektiv och klimatförändringar prioriteras.** Insatsportföljen behöver justeras och insatser som inriktar sig på kommunikation kring pandemins effekter vad gäller fattigdomsmålet får ökad betydelse så väl som effekter av de omfattande klimatförändringarna bl.a. kring biologisk mångfald. Inom ramen för detta arbete kommer Sida bland annat att följa upp en tidigare portföljöversyn av våra samarbetspartners kommunikationsinsatser för att se över hur integrering av miljöperspektivet kan stärkas, i beredningsfasen så väl som insatsgenomförandet.
2. **Breddat aktörskap.** Sveriges myndigheter har en unik roll då de genom konkreta insatser bidrar till en demokratisk utveckling. I och med inrättandet av Sidas myndighetsnav och stärkt dialog med Enheten för Kapacitetsutveckling finns möjligheter till initiativ där svenska myndigheter kan bidra till kommunikationsarbetet i Sverige.
3. **Synergier med andra strategier.** KOM och SPF fortsätter arbetet med att stärka synergier med CSO-strategin och KAPAME-strategin för att underlätta och effektivisera strategigenomförande, inklusive resultatuppfyllnad.
4. **Systematisering av lärande stärks.** Under 2020 har genomförandet av kommunikationsstrategin påverkats av coronapandemins restriktioner. Sida och samarbetspartners har ställt om planerade aktiviteter vilket inneburit att i princip alla fysiska evenemang blivit digitala. Omställningen har även gett positiva resultat med nya metoder och stärkta samarbeten. Kommande dialogmöten med samarbetspartners kommer därför att fokusera på att kartlägga lärdomar och goda exempel från 2020 för att på så vis systematisera lärandet och stärka det fortsatta genomförandet.
5. **Ökat resultatfokus med strategisk kommunikation.** Inbromsningen mot den hittillsvarande trenden mot en mer realistisk världsbild möts genom att se över det strategiska arbetet med press och social media i Sidas egna kanaler. Kommunikation integreras vidare i hela Sidas verksamhet och en gemensam plattform för extern kommunikation förväntas ge en tydligare bild utåt. Budskap

⁷³ FCG (2021) *Evaluation of the implementation of the Strategy for Information and Communication 2016-2022. Final report.* Dokumentnummer: 007098/21.

och målgrupper där även målgrupper som inte redan är intresserade av biståndsfrågor kommer att prioriteras.

Ovanstående förändringar kan genomföras på Sidas egna initiativ inom ramen för strategin. Någon uppdaterad och förtydligad styrning från UD anses ej vara nödvändig under innevarande strategiperiod.

4.2 Rekommendationer inför kommande strategi

1. Sida anser att den kommande strategin, liksom den nuvarande, bör ge utrymme att formulera och omformulera kommunikationsmål, bryta ner målgrupper, spetsa till ämnesval samt genomföra kanalval utifrån det sammanhang som råder. **Sida rekommenderar därför att kommande strategin bör bygga på den nuvarande och vara utformad i samma anda, att den är fortsatt bred och vägledande utan att vara detaljstyrande**

2. Stödområde ett och två i nuvarande strategi är i sin utformning delvis lika och bör ses över. Ökad kännedom och kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat bör vara skilt från opinionsbildning och ökat engagemang för svenskt utvecklingssamarbete då de kräver olika typer av insatser. **Sida rekommenderar att formuleringarna renodlas och blir tydligare kring vad som är kunskaps- respektive engagemangshöjande.**

3. Stödområde tre bör ses ur ett brett perspektiv där ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten, breddad bevakning och aktiv debatt är i fokus. Oberoende granskning är en viktig del av detta. **Sida rekommenderar att stödområdet kvarstår, då det i sin helhet bidrar till kommunikationsstrategins övergripande syfte.**

4. Under de tre stödområdena finns ett antal delmål som reglerar vad som ska kommuniceras. **Sida rekommenderar att en ny strategi har samma eller liknande inriktning som den nuvarande med övergripande stödområden, men att delmålen bör omformuleras och detaljnivån ses över och antalet delmål bli färre.**

5. Möjligheten att göra särskilda tematiska satsningar som löper under en längre period är bra, men kan utvecklas för att underlätta den strategiska riktningen av stödet, samt skapa förutsättningar för en mångfald av organisationer att samarbeta inom ramen för en gemensam insats. **Sida rekommenderar att denna möjlighet även ska finnas med i den kommande strategin.**

6. Under den innevarande strategiperioden har Sida tittat på möjligheten att engagera fler aktörsgrupper i kommunikationsarbetet. Bland annat noterar Sida en homogenisering av budskap då det främst är civilsamhällsorganisationer som tar del av stöd inom kommunikationsstrategin. Fler aktörsgrupper, bland annat myndigheter, bör prioriteras. **Sida rekommenderar därför att den nya strategin utformas för ett brett deltagande av olika aktörsgrupper och att nya aktörer uppmuntras att delta.**