

Turism – hot eller möjlighet för den samiska kulturen?

*Slutrapport för projektet
”Ökad kunskap genom turism”*



Robert Pettersson och Per Lindahl



UTREDNINGSSERIEN

www.etour.se

Innehåll

Sammanfattning	3
1. Inledning	4
2. Regeringens informationssatsning	4
3. Projektets mål	4
4. Seminarium	4
5. Planering	5
6. Pressresa och seminarium	5
7. Mediaanalys	9
8. Fördjupade frågeställningar	9
9. Exempel på framtida utvecklingsprojekt	12
10. Seminarium i Östersund	16
11. Fortsatt forskning	17
12. Fortsatt strategiarbete	17
13. Mediaanalysen	19



ETOUR
 European Tourism Research Institute
 Mithögskolan
 831 25 Östersund
 Tel 063-19 58 00
 Fax 063-19 58 10
 E-mail info@etour.se
 ISSN 1403-6040, URN:NBN:se-2002-8

Sammanfattning

Bakgrund

Den 8 februari 2001 beslutade regeringen att inleda en nationell informationsinsats om samer och samisk kultur. Avsikten var att åstadkomma en bred och långsiktig insats för att öka förståelsen för samer och samisk kultur hos den svenska allmänheten.

ETOUR, tillsammans med turistföretaget Sapmi Journeys i Kiruna, beviljades 270.000 kronor för att ansvara för ett av projekten i denna informationsinsats. Projektets namn är "Ökad kunskap genom turism".

Syften och mål

- *Att synliggöra de möjligheter som finns för att i turismsammanhang sprida kunskap om samer och samisk kultur till allmänheten.*
- *Att påbörja ett långsiktigt strategiarbete som ska synliggöra möjligheterna att genom turism informera allmänheten om samer och samisk kultur.*
- *Att belysa medias roll som informationsspridare av samer och samisk kultur till allmänheten.*
- *Att genom en pressresa informera 10-talet representanter från riksmidia om hot och möjligheter för samisk turism, som i nästa steg förväntas resultera i ett antal artiklar/inslag i media.*
- *Att stärka den samiska näringen genom att involvera 30-talet samiska turistföretagare i projektet.*

Slutsatser

För att den samiska turismen även ska spela en viktig roll som kanal och informationsspridare av samisk kultur krävs ökad uppmärksamhet kring några aspekter:

- **Förankring i det samiska samhället.** Det är viktigt att samerna själva tar initiativ och ansvar för utvecklingen av samisk turism, inte minst för att samerna har kunskapen om samspelet mellan mark, väder, växter, djur och människor i de samiska områdena.
- **Kombination renskötsel/turism.** Ett viktigt led är att hitta lösningar på hur renskötsel och turism kan kombineras ur ett sysselsättningsperspektiv.
- **Möjlighet för icke renägande samer.** Trots att många samer inte längre är renskötare har de i allmänhet stark förankring i den samiska kulturen.
- **Samverkan mellan småskaliga aktörer.** Samverkan har blivit ett nyckelord för att åstadkomma attitydförändring och utvecklingsoptimism i sameområdet. Att samverka och strategiskt sprida kunskap om samisk kultur är angeläget.
- **Nya arbetstillfällen för kvinnor.** Turismen som ett komplement till renskötsel innebär att även kvinnor i större utsträckning kan bidra till nödvändig sysselsättningsökning.
- **Myter och fördomar.** Turistföretag kan göra särskilda insatser för att hindra spridning av felaktigheter, myter och fördomar.

Ett fortsatt arbete för att ta fram en nationell strategi, som ska vara ett verktyg för hur information om samisk kultur bör spridas till allmänheten via turism, känns angeläget. Det arbetet bör innehålla konkreta informations- och utvecklingsprojekt på platser där det i dag sker möten mellan samer och icke samer i turistsammanhang, tex Jokkmokks marknad, Njarka sameläger i Åre eller STF:s fjällstation i Nikkaluokta.

Slutrapport för projektet

”Ökad kunskap genom turism”

1. Inledning

Besök hos urbefolkningar har blivit en allt populärare turistisk aktivitet runt om i världen. I Sverige har intresset för samisk turism vuxit fram först under senare år. En förklaring är att det har blivit svårare för renägande samer att försörja sig enbart på rennäringen. Samisk turism har blivit ett komplement eller en alternativ sysselsättning.

Denna utveckling innebär både möjligheter och hot. En turistisk satsning som fokuserar på urbefolkningar kan innebära stora möjligheter att öka allmänhetens kunskap om samerna. Det kan i sin tur minska risken för motsättningar och diskriminering. Genom turismen skapas unika möjligheter till lärande möten mellan samer och icke-samer.

Samisk turism öppnar även för en demokratiseringsprocess i den samiska världen. Kvinnor och män har på ett annat sätt möjlighet att arbeta med verksamhet relaterad till renskötsel. Samisk turism ger även möjligheter för de icke renskötande samerna att finna en utkomst som stärker, fördjupar och förtydligar deras kulturella identitet.

Å andra sidan finns risker förknippade med denna turism om den leder till en ytlig kommersialisering och ”disneyfiering” av den samiska kulturen. Turismen riskerar att sprida en felaktig och stereotyp bild av samerna, vilket kan få negativa följder för den samiska kulturen.

För att belysa dessa frågor har turismforskningsinstitutet ETOUR i samarbete med turismföretaget Sápmi Journeys tagit initiativ till projektet ”Ökad kunskap genom turism”. För att genomföra projektet har regeringen beviljat medel inom ramen för en nationell informations-satsning om samerna som Sveriges urbefolkning.

I föreliggande rapport slutredovisas projektet ”Ökad kunskap genom turism”.

2. Regeringens informations-satsning

Den 8 februari 2001 beslutade regeringen att inleda en nationell informations-satsning om samerna och samernas kultur. Avsikten är att informations-satsningen får karaktären av en bred och långsiktig insats för att öka kunskapen om och förståelsen för samerna och den samiska kulturen. Av vikt är också att få till stånd ett ökat och långsiktigt förtroende mellan samer och icke-samer för att därmed kunna förebygga och motverka diskriminering. En projektkommitté bereder och lämnar förslag till regeringen om hur medlen ska fördelas. Turismforskningsinstitutet ETOUR och Sápmi Journeys beviljades 270.000 kronor den 14/6 2001.

3. Projektets mål

Målet för ETOUR:s projekt är att påbörja ett långsiktigt strategiarbete som ska *synliggöra möjligheterna att via turism informera om samer och samisk kultur*. I projektet ska samverkan mellan forskning och näring synliggöra turismen som ett medel för informationsöverföring till allmänheten.

4. Seminarium

Som en huvudaktivitet i projektet arrangerades ett seminarium som belyste tre olika aspekter:

- utvecklingsmöjligheterna för samisk turism

- turism som en kanal för att sprida kunskap om samisk kultur
- medias roll i informationsöverföringen till allmänheten

Det skedde dels genom att ett begränsat antal journalister bjöds in för att göra studiebesök hos samiska turistföretagare, dels genom en uppföljande diskussion. Studiebesöken speglade olika typer av samisk turistnäring samtidigt som de gav en inblick i hur traditionell rennäring kombineras med turism. Seminariets andra dag ägnades åt dialog mellan forskare, samiska turistföretagare, myndighetspersoner, media och andra med anknytning till samisk turism.

5. Planering

I projektgruppen har följande personer ingått: Per Lindahl, Christina Frimodig och Robert Pettersson, ETOUR, Jan Klein och Nils-Torbjörn Nutti, Sápmi Journeys, Birger Ekerlid, informationsrådgivare.

6. Pressresa och seminarium

Pressresan och seminariet ägde rum i Kiruna och Jukkasjärvi den 26-28 november.

Dag 1, studiebesök

Resan började i Jukkasjärvi med buss till Rensjön. Per Lindahl från ETOUR hälsade välkommen, berättade om seminariets syfte och presenterade deltagarna. Dagens guide var Lennart Pittja, som sedan 1995 driver turistföretaget Vägvisaren i Gällivare. Han berättade om sin verksamhet, som innebär att han erbjuder turisterna upplevelser i en genuin, samisk miljö. Han delgav också deltagarna sina tankar om de hot och möjligheter som finns förknippade med samisk turism.

Första studiebesöket ägde rum i Rensjön inom Gabna sameby. Nils-Anders Kuhmunen tog emot och berättade att byn Rensjön består av 15 samiska familjer med ungefär 100 medlemmar och cirka 4.000 renar. Nils-Anders Kuhmunen började kombinera renskötseln med turism till följd av betesbrist under 1990-talet, vilket i sin tur uppges bero på klimatförändringar.

Renskötseln är fortfarande huvudnäringen. Den småskaliga turistiska verksamheten omfattar 600-800 gäster per år. Det är i huvudsak Nils-Anders själv som tar hand om turisterna, medan en son har huvudansvaret för renskötseln. Nils-Anders tycker att det är en bra kombination. Han trivs i rollen som berättare och förmedlare av kunskaper och traditioner. Av praktiska skäl är det svårt att ta med turisterna ut i ”renskogen”, så i anslutning till gården har han en inhägnad med 40-60 renar och några körhärkar. Han ser dialogen med besökarna som viktig och tror att denna typ av turism är viktig för att förmedla kunskaper om de förhållanden han känner till. En stor del av diskussionen handlar om nackdelarna med fri skoteråkning och de problem det ställer till för rennäringen. Han betonar också att den kunskap han förmedlar baserar sig på renskötselns värderingar.



Nils-Anders och Ann-Kristin Kuhmunen.
Foto: Hans-Olof Utsi

Nästa anhalt var Máttaráhákka (Urmodern) samiskt hantverkscentrum med kvinnligt perspek-

tiv. Margareta Grönberg tog emot och berättade att den ekonomiska föreningen nu drivs av tre kvinnor, förutom henne själv Karin Niia och Åsa Siikavaara. Sammanlagt är det 90-100 slöjdare som lämnar in sina alster till försäljning. Verksamheten började som ett pilotprojekt och är nu inne på nionde året. I huset, som är beläget fem kilometer utanför Kiruna, finns lokaler för slöjd och skinnberedning med mera samt servering av mat. Antalet besökare är cirka 10.000 per år. Margareta Grönberg ser denna mötesplats som en viktig förmedlare av samisk kultur.

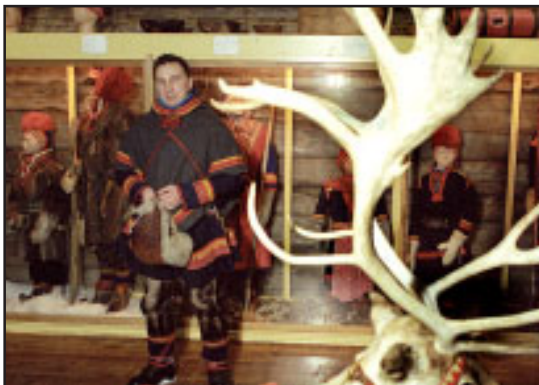


Margareta Grönberg, Samiskt hantverkscentrum.

Foto:Hans-Olof Utsi

Därför tycker hon också att det är viktigt att de som arbetar där har kunskaper om den samiska kulturen och en förankring i det samiska samhället.

Tillbaka i Jukkasjärvi berättade Nils Torbjörn Nutti (Nutti Sami Siida) om sitt företag, som också bygger på kombinationen renskötsel och turism. Verksamheten bedrivs i Jukkasjärvi, vilket innebär en anpassning till den turism som är knuten till det uppmärksammade ishotellet i samma by. Ishotellet lockar årligen cirka 30.000 turister, varav cirka 8.000 tar del av Nils Torbjörn Nuttis utbud, som innehåller körning med ren, museiverksamhet, dagsutflykter och andra aktiviteter som speglar den samiska kulturen. Under högsäsong har han 8-10 anställda.



Torbjörn Nutti på sitt museum. Foto:Hans-Olof Utsi

Förankringen i rennäringen finns i det egna renskötsel företaget inom Saarivuoma sameby i Soppero. Han uppskattar själv att han ägnar cirka 60 procent av sin tid åt turismen och 40 procent åt renskötseln.

Dag 2, seminarium

Seminariet samlade ett brett spektra av intressenter i samisk turism vilket lade en grund för en konstruktiv dialog. Aina Negga, representant för regeringens informationsprojekt, inledande beskrivning av hela den nationella

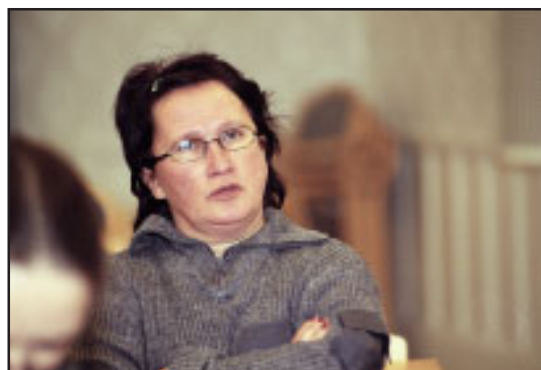
informationssatsningen väckte flera frågeställningar gällande upphov och behov från inbjudna media. Spridningen av en schablonmässig vrångbild baserad på myter men även faktiska fel i exponeringen av exempelvis samisk dräkt eller symbolik i turistiska aktörers marknadsföring av destinationer var några av de hotbilder som lyftes fram. Negga ser positivt på utvecklingen av samisk turism och trycker på vikten av en småskalig utveckling på samiska villkor i balans med övriga intressen i samebyarna.

Lars Törnman, Kiruna kommun, instämde i beskrivningen och lovordade informationsinitiativet men visade även på komplexiteten i frågan då han redogjorde för den trekulturella miljö som trots allt under generationer varit förhärskande i området och reaktioner lokalt på en alltför ensidig fokusering på utveckling av samiska verksamheter. En balans med samhället i övrigt i denna utveckling var av stor vikt, menade Törnman.

Robert Pettersson, ETOUR, som fokuserar sin forskning på utvecklingen av samisk turism, gav en bild av omfattning och nivå på samisk turism i Sverige, marknader, kundernas intresse och förväntningar, tillgång och efterfrågan. Med resultat från utveckling av turism i ett internationellt perspektiv visade Pettersson på positiva och negativa effekter, effekter viktiga att vara medveten om i den utvecklingsfas samisk turism befinner sig i.

Närvarande näringsidkare bekräftade i stora drag Petterssons forskningsrön och poängterade att den småskalighet, i princip familjeföretagande, som krävs för utveckling av en framgångsrik genuin samisk turism, innebär en minimering av negativa effekter avseende exempelvis överkommersialisering, ”disneyfiering” och miljöslitage.

Lotta Svensson, samisk turistföretagare, menade på att en mognad hos entreprenörerna med insikt om branschens affärsstruktur och deras roll som leverantörer i ett kommersiellt affärssystem gett dem större inflytande över på vilket sätt deras produkt exponeras mot slutkonsument. Hon förutsätter samarbete med övriga aktörer i branschen för en affärs-mässig utveckling av samisk turism på egna villkor.



Lotta Svensson. Foto: Hans-Olof Utsi

Nils Anders Kuhmunen höll med om detta. Hans erfarenhet av beställare var god och han upplevde inte att det fanns behov för honom att på något sätt anpassa sig och sin vardag till den kommersiella exponering han arbetar med. Nils Anders visade konkret på möjligheterna i den samiska turism han själv bedriver då han redogjorde för hur denna verksamhet successivt vuxit och gett ekonomiska förutsättningar som innebär att han själv nu delvis kan kliva tillbaka från renskötselarbetet till förmån för sin son. Han fokuserar själv mer på att ytterligare utveckla det turistiska koncept han drivit som bisyssla.

Hans Göran Partapuoli, samisk turistföretagare, levandegjorde ett markproblem då han redogjorde för positiva effekter av Lapplands Jägarregementets nedläggning i Kiruna och frånvaron av deras aktivitet på tidigare övningsområde inom samebyn. Det innebar nya möjligheter för Partapuoli att närmare Kiruna arbeta aktivt med renskötseln vilket även öppnade för en ökad turistisk utveckling.

Anna Sarri, som genom familjen Sarri arbetat med turism i generationer i Nikkaluokta och som under åren mött en stor ström av friluftsmänniskor som sökt sig till Kebnekaise fjällen, gjorde ett par reflektioner kring denna stora men betalningssvaga grupp. Hon menade på att kunskaperna hos denna grupp om just kulturområdet i regel var mycket begränsade även om deras intresse för naturområdet var stort. Den stora volym det handlar om borde motivera en satsning på att nå denna målgrupp med relevant information om den samiska kulturen och renskötselns förutsättningar i området. Det kan ske på plats men kanske också i samarbete med de halv-ideella organisationer som majoriteten av målgruppen tillhör där STF (Svenska Turistföreningen) utgör den tyngsta parten.

Anna Sarri betonade att en sådan satsning skulle kunna ge betydande mervärden för många små samiska entreprenörer i hela fjällkedjan då målgruppen är trogen och med jämna mellanrum återvänder till destinationerna.

Lars Törnman hänvisade till informations-satsningar som görs generellt för Kiruna kommun i exempelvis Lappesuando och menade på att den typen av satsningar även borde kunna göras i exempelvis Nikkaluokta men då med fokus på det traditionella nyttjandet av området och det villkor och förutsättningar som föreligger – ett slags informationscentrum.

Jan Unga, Kiruna kommun, föredrog arbetet med ett strategiprogram för utveckling av samiskt näringsliv i Kiruna, Pajala och Gällivare där turism är ett av de starkare benen. Redan konkreta aktiviteter är de Samiska utvecklingscentra som upprättats i bland annat i centralorten Kiruna och samhället Karesuando men även i mindre skala i små byar som Övre Soppero.

Ett naturligt steg i Kiruna kommuns arbete med samiskt näringslivs- och kulturutveckling i samverkan med projektet Samiskt utvecklingscentrum, är den föreslagna högskoleutbildningen i Duodji (sameslöjd), ett koncept som tillkommit i dialog med medlemmarna i kommunens samebyar och sameföreningar. Övriga högskolesatsningar i Kiruna inom miljö och rymd har lagt grunden för en kreativt expansiv miljö inom vilken den samiska högskoleutbildningen kan utvecklas.

Nils Torbjörn Nutti, som arbetar med en tillrättalagd samisk turism i anslutning till Icehotel i Jukkasjärvi med en hög exponering, stora volymer och ett industriellt perspektiv med anställd personal, menade på att just denna exponering av sig själv och sin kultur är något han brottats mycket med inombords. För hans del har utvecklingen inneburit att han delvis gått över till turistnäringen. Gränsdragningen för exponeringen har då inte alltid varit lätt.

Nutti frågade sig var gränsen går för vad man kan kalla prostitution. Själv tycker han ändå att han hittat en bra balans utifrån sig själv och påpekar det stora värdet i mötet med gästen utifrån i ett eget utvecklingsperspektiv, från den enkelspårige renskötaren mot en vidare världsbild.

Lars Ander Baer, dåvarande ordföranden i SSR, gjorde en historisk betraktelse över mytbilden av det samiska folket tillbaka genom tiderna och knöt ihop resonemanget med den typ av exponering av den samiska kulturen som skett i Finska Lapplands industriella turistiska utveckling. Baer hänvisade till en turistisk upplevelseanläggning utanför Rovaniemi, där man genom att åka med ett tåg genom ett konstgjort upplevelseområde i ett sammanhang kunde uppleva vilda rytande björnar, tomtelandet och ”Lappar med kufiska uttryck i märkliga aktiviteter”. Självljukt missvisande, byggande på attityder och värderingar som i grunden bottnar i okunskap. Den sanna historiska mytbilden kan vara tillräckligt intressant att exponera mot vilken upplevelsemarknad som helst men kräver naturligtvis engagemang, kunskap och insikt. Baer menade även att det är viktigt att vi är medvetna om realiteten, att turismen bidrar till att vi blir del av en svensk, nordisk och internationell verklighet.

Tatjana Reiss, från tysk TV, arbetar just nu med en dokumentär om samerna i Skandinavien. Hon menade på att de vill ge en realistisk bild av samerna idag men poängterade att kunden, tittaren förväntar sig delar av de klichéer och mytbilder som fortfarande idag är levande. Här pekade hon på det viktiga i att hitta en balans för att genom att delvis bekräfta tittaren, fånga tittaren och nå fram med det budskap som dokumentären trots allt bär på, relaterat till samernas liv idag.

Birger Ekerlid, dagens moderator, lyfte frågan om medias bevakning av samisk kultur. Han menade på att rapporteringen stegrats de senaste åren men att denna varit konfliktinriktad och lite speglat vardagen. ETOUR har genom Robert Pettersson forskning nu startat en media-

bevakning som under fyra månader kommer att registrera allt som skrivs om samer och samisk kultur för analys.

Ingen direkt kommentar kom från församlade media i frågan men Lotta Svensson var tidigare under dagen inne på temat när hon menade på att hon lärt sig att sålla media. Tidigare var hennes inställning att försöka ta sig tid för samtliga media, vilket gjorde att hon på olika sätt brände sig där rapporteringen ibland fullständigt byggde på mytbilder och fördomar och enbart förstärkte dessa. Hon är idag mycket hårdare i sitt urval och det är medias intresse för samernas kultur och historia som hon prioriterar.

7. Mediaanalys

Europeiska turismforskningsinstitutet, *ETOUR*, har inom ramen för ett pågående avhandlingsarbete, *Turism i Sameland*, kopplat en del forskning till projektet *Ökad Kunskap Genom Turism*. De analyser som gjorts inom projektet syftar till att besvara främst följande frågor:

- Vad publicerar svensk dags- och fackpress kopplat till samer och samisk kultur?
- Vilken bild av samer och samisk kultur sprider media?
- Bidrar media till att locka besökare till Sameland, eller finns risken att media sprider en felaktig bild av samerna och den samiska kulturen? Mediaanalysen presenteras i sist i detta dokument.

8. Fördjupade frågeställningar

Under studiebesöken och seminariet framkom en rad aspekter på utvecklingen av samisk turism som en viktig framtidsnäring.

Om den samiska turismen samtidigt ska spela en aktiv roll som informationsbärare av samisk kultur och historia krävs en ökad uppmärksamhet och fördjupade resonemang kring några av de synpunkter som deltagarna framförde under seminariet. De utvecklas närmare under nedanstående rubriker:

8.1 Förankring i det samiska samhället

Det är viktigt att samer själva tar initiativ till och ansvarar för utvecklingen av samisk turism

Argumenten för det är många och självklara, inte minst för att samerna av tradition har kunskapen att värna och respektera samspelet mellan marken, vädret, växterna, djuren och människorna i det samiska området. De har kunskapen, förmågan och känslan att bruka landområdena - utan att förbruka.

En förutsättning för en positiv utveckling i ett bredare perspektiv är en förankring i den gemensamma resursen samebyn, en förankring där strategiska beslut ligger till grund för tydliga riktlinjer för individer inom samebyn att bedriva turistisk verksamhet på samebyns gemensamma arealer, beslut som bygger på respektive samebys förutsättningar. I det avseendet ligger t.ex. Kiruna kommun och SSR långt framme med en process i samebyarna där strategiplaner för utvecklingen av den samiska turismen successivt tas fram.

Turism kopplad till samer och samisk kultur kan på detta sätt utvecklas till en långsiktigt hållbar näring, som samexisterar med såväl renskötsel som annan sysselsättning.

8.2 Kombinationen renskötsel och turism

Olika utredningar genomförda av Samernas Riksförbund (SSR), Länsstyrelsen och Länsarbetsnämnden i Norrbotten visar på ett stort behov av samisk näringslivs- och kulturutveckling.

Rennäringen inom Norrbottens län befinner sig i en svår ekonomisk och strukturell situation. För att rennäringen på sikt skall överleva krävs ökad lönsamhet med ett större antal renar per företag och ökat slaktuttag.

Ett viktigt led i näringslivsutvecklingen är att skapa en bredare bas som ger möjlighet för en ökad grad av kombinationssysselsättning för rennäringens företagare.

Samisk turism är ett utvecklingsområde som skapar nya sysselsättningstillfällen inte minst genom de produkter som gestaltar det traditionella samiska näringslivet, som renköttet och hantverket. En strategisk satsning på turismen kan spela en viktig roll i ett bredare strategiskt arbete för att skapa en större efterfrågan på produkter relaterade till renskötseln. Det öppnar t.ex. för en utveckling till förbättrad sysselsättningsgrad i befintliga köttproducerande företag, men kan också ge ökade förutsättningar för nyetablering av småskaliga livsmedelsproducerande företag (kött, bär och fisk).

Nils Anders Kuhmunen gestaltar detta resonemang väl. För Nils Anders familj är renskötseln fortfarande huvudnäringen men en kreativ kombination med turistnäringen har utvecklats verksamheten. Nils Anders fokuserar numera själv på turism dels för att han tycker det är intressant och utvecklande, dels för att det ger ekonomiska förutsättningar för honom själv att kliva tillbaka från renskötselarbetet till förmån för sin son.



*Kan man kombinera rennäring med turism?
Foto: Hans-Olof Utsi*

Nils Anders Kuhmunen ser också dialogen med besökarna som viktig och tror att denna typ av turism är viktig för att föremöda kunskaper om de förhållanden han känner till.

8.3 En möjlighet för icke renägande samer

I många fall sker utvecklingen av den samiska turismen som ett komplement till renskötseln. De flesta samer är emellertid inte längre renskötare. Det hindrar inte att förankringen i den samiska kulturen är stark. Det finns också många exempel på turistiska aktiviteter som har utvecklats av icke renägande samer. Lapplandsafari i Ammarnäs är ett företag som har de icke renägande samernas kultur och historia som en dimension i sitt turistiska utbud (Robert Pettersson, Turism i Sameland, ETOUR, WP 1999:24). Andra exempel är tillverkning och försäljning av hantverk/sameslöjd, matlagning, övernattning i kåtor, berättarstunder och museiverksamhet.

Den rennäringspolitiska kommittén föreslår i sitt betänkande (SOU 2001:101) tre mål för en ny rennäringspolitik. Dessa mål gäller kultur, ekonomi och miljö, vilket i sin tur kan ha betydelse för utvecklingen av den samiska turismen. Kommittén föreslår också att medlemskapet i samebyn ska kunna omfatta alla samer som kan härleda sitt ursprung från samebyn. Ett utvidgat medlemskap i samebyn kan betyda nya förutsättningar för turismen. Det är därför önskvärt att belysa den rennäringspolitiska kommitténs förslag ur ett sameturistiskt perspektiv.

8.4 Behovet av samverkan mellan olika småskaliga aktörer

Det är ingen tvekan om att det samiska näringslivet är viktigt för sysselsättning och tillväxt i glesbygden. Fyra prioriterade tillväxtområden finns: rennäring, samisk turism, samiskt konsthantverk och samisk kultur

Generellt för turismen i Sameland är att den betalningsvilliga kunden i stor utsträckning finns på en världsmarknad som har perspektivet Skandinavien, inte Sverige, Norge eller Sameland. Sett ur detta marknadsperspektiv finns all anledning att samverka, att arbeta strategiskt för att sprida kunskap om och väcka intresse för den samiska kulturen och ”Destination Sameland” eller ”Destination Sápmi”.

Etablerade entreprenörer, som t.ex. Lennart Pittja från Vägvisaren Samiska Upplevelser i Gällivare bekräftar detta och poängterar att samverkan är en förutsättning.

– Det går inte att vara bäst på allt, det är bättre att samordna, marknadsföra varandra, skicka gäster emellan, menar Lennart Pittja.

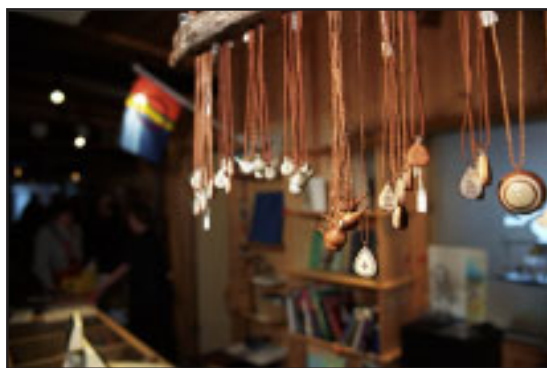
Från ett entreprenörsperspektiv handlar det om att se sin roll i det turistiska systemet. Att t.ex. nischas in sig på smala produktlinjer och specialisera sig på ett begränsat urval av tjänster som möjliggör småskalig verksamhet med bra ekonomiskt utfall.

Olika typer av strategiprogram är i dagsläget aktuella i Sameland där det återkommande nyckelordet är samverkan för att nå både gemensamma och individuella resultat. Med gemensamma resurser skall attitydförändring och utvecklingsoptimism åstadkommas i sameområdet. Strategi-programmen är avsedda att fungera som instrument för utveckling av samebyar, rennäring, turism, hantverk och samisk kultur och därigenom få en ökad förståelse för samisk näringsverksamhet.

Samordning och samverkan mellan interna intressen, samebyar, sameföreningar och enskilda samer samt egna kommersiella verksamheter och externa offentliga intressen i t.ex. frågan om profilering och marknadsföring av Samisk Turism i Sápmi – är en nyckelfråga.

Det är viktigt att se den samiska turismen i ett sammanhang med hela den samiska kulturen och framförallt en nära relation till den aktiva renskötseln. Självklart måste rent affärsmässiga grunder ge förutsättningen för verksamheterna men att helt bryta ut den kommersiella turistiska verksamheten från sitt kulturella sammanhang kan bädda för en olycklig utveckling vad gäller kvalitet, genuinitet och innehåll i en samisk turistprodukten.

8.5 Nya arbetstillfällen för kvinnor



Nya arbetstillfällen för kvinnor. Foto: Hans-Olof Utsi

Vid en kartläggning av turismutbudet 1999 konstaterade ETOUR (Robert Pettersson, Turism i Sameland, ETOUR, WP 1999:24) att huvuddelen av de ansvariga samiska turist-entreprenörerna utgjordes av kvinnor. En förklaring är att den samiska kvinnan traditionellt har haft en stark ställning i familjen, bland annat med ansvar för familjens ekonomi. Denna ställning har successivt försvagats i takt med renskötselns motorisering och nationalstatens utvidgade regel- och samhäll-

system. När turismen nu utvecklas som komplement till renskötseln är det logiskt att kvinnor ”återövrar” sin tidigare starka ställning och därmed aktivt bidrar till den sysselsättningsökning som den samiska turismen för med sig. Härigenom stärks den samiska näringen och kulturen. Alternativet för samiska kvinnor och män är att söka arbete inom helt andra yrken och näringar.

8.6 Myter och fördomar

Bristen på information och kunskap om samerna som Sveriges urbefolkning har i många fall utgjort en grogrund för missuppfattningar, myter och fördomar. Det var bland annat mot den bakgrunden som regeringen i februari 2001 inledde sin informationsinsats.

I en undersökning som Diskrimineringsombudsmannen genomförde bland samer 1998 svarade 60 procent att motsättningarna mellan samer och icke-samer har ökat under de senaste fem åren. En undersökning som SSR (Svenska Samernas Riksförbund) genomförde 1999 visar generellt att svenskarnas inställning till samer har blivit mer negativ under 1990-talet.

Eftersom den samiska turismen är en viktig informationskanal kan turistföretagen göra särskilda insatser för att öka uppmärksamheten och medvetenheten om spridning av myter och fördomar.

9. Exempel på framtida utvecklingsprojekt

Ett eventuellt fortsatt arbete med att ta fram en nationell strategi som ska synliggöra möjligheterna att via turism informera om samisk kultur bör innehålla mer ingående granskningar/analyser av mötesplatser där samisk turism bedrivs. Granskningen bör också ske av mötesplatser där information om samisk kultur är lämpliga att genomföra och där lärande möten mellan samer och icke-samer kan skapas.



Foto: Hans-Olof Utsi

Här är förslag till tre intressanta arenor för sådana utvecklingsprojekt.

9.1 Fjällstationen Nikkaluokta

Sedan mitten av 1800-talet har människor sökt sig till våra nordliga breddgrader för att upptäcka, få rekreation och utöva olika aktiviteter. Redan 1888 uppförde Svenska Turistföreningen sin första fjällstuga, men det dröjde långt in på 1900-talet innan fjällen blev någon turistdestination för gemene man.

Idag söker sig många människor till de svenska fjällen såväl sommar som vinter, vintertid med fokus på fjällanläggningar, sommartid övervägande för vandringar. Nära 50 procent av Sveriges befolkning har under en femårsperiod gjort åtminstone ett besök i de svenska fjällen.

Många i den här gruppen fjällbesökare har dålig kunskap om lokala kulturvärden eller om lokalområdets förutsättningar och verksamheter. Tydliga exempel på detta är upprättande av nationalparker, naturreservat och reglering av skotertrafiken i fjällområden.

Problembilden är också i hög grad aktuell när det gäller rennäringen i området, en okunskap och bristande insikt hos besökarna som i extrema fall kan leda till konflikter. Oavsett problematiken borde det vara självklart för de lokala aktörerna att ta ansvar för att ge en informativ och korrekt bild till besökarna om samernas verksamhet, som har ett direkt ekonomiskt beroende av den aktuella naturresursen.

Det finns naturligtvis många goda initiativ i den riktningen, inte minst STF vid 100 års-firande vid Abisko turiststation där de i sitt festivalprogram tog flera framsynta initiativ i frågan, initiativ som visar på en medvetenhet och ett intresse för problematiken.

Svenska Turistföreningen skulle kunna spela en viktig roll i ett arbete att nå ut med korrekt information om den samiska befolkningen samt om rennäringens lokala förutsättningar och behov, inte minst i sin kontinuerliga dialog med sina 300 000 medlemmar genom medlems-tidningar och kampanjer.

Ett informativt pilotprojekt med denna inriktning i den starkt expanderande fjälldestinationen Kirunafjällen skulle vara intressant ur flera perspektiv, inte minst av den anledningen att där finns privata aktörer, såväl samer som ickesamer med turistiska verksamheter med lång tradition och erfarenhet i fjällområdet. De skulle kunna involveras och tillföra viktiga erfarenheter från problemområdet i ett pilotprojekt.

STF skulle vara ett självklart nav i ett sådant pilotprojekt tillsammans med lokala aktörer, exempelvis anrika familjen Sarris verksamhet i Nikkaloukta. Även den turistinformation som bedrivs av Kiruna Lapplands Ekonomiska förening, som sommartid kan ha närmare 1000 dagsbesökare, är en naturlig part i ett avgränsat projekt. Kiruna kommun, som jobbat tillsammans med samebyarna i framtagandet av strategiplaner avseende utvecklingen av det samiska näringslivet är också en naturlig och intressant part.

Nikkaluokta har i decennier varit inkörsport till Kebnekaiseområdet. Turistservice har växt fram under seklets gång. Idag finns en fjällanläggning där gästerna är välkomna in för en bit mat, information eller annan service. Byn utgör ofta startpunkten för skid- och vandringsturer upp mot Kebnekaiseområdet. Här finner vi den legendariska familjen Sarris fjällanläggning, ett samiskt kapell samt sommartid en helikopterbas. Naturupplevelserna och kulturkänslan är nära. Här ges gäster möjlighet att stanna tiden – vara här och nu, bli mer känd med fjäll och fjällfolk.

9.2 Jokkmokks marknad

Under Jokkmokks marknad i början av februari ges minst 35.000 besökare möjlighet till en stor mängd aktiviteter som har den samiska kulturen som utgångspunkt. Hantverket, kulturen, historien och människorna i det samiska samhället lyfts fram på ett både attraktivt och spännande sätt.

Ett antal starka aktörer med stor kompetens gör att de samiska aktiviteterna under marknaden håller en hög kvalitet. Det finns en mångårig tradition som i dag kompletteras med nya idéer för att klara balansgången att bedriva en kommersiell verksamhet i kombination med att sprida information om den traditionella samiska kulturen. Bredden på de olika samiska aktörerna under marknaden gör också att utbudet blir varierat, från ren kunskapspridning till upplevelser av mer lättsam karaktär.

Följande stora aktörer vid Jokkmokks marknad sysslar i dag med turism kopplat till samisk kultur:

Jokkmokks Turistbyrå. Har en samordnande roll och ett övergripande ansvar för marknaden. Programmet för olika arrangemang och händelser samt kontakter med ett stort antal knallar är de stora arbetsuppgifterna. Turistbyrån tar tillsammans med kultur- och fritidsnämnd initiativ till ett antal träffar under året där marknaden utvärderas och förbereds.

Samiskt utbildningscentrum. Har till uppgift att främja samisk utbildningsverksamhet. Utbildningslinjerna är de enda i sitt slag i Sameland. Kurserna är på ett till två år vid skolan i Jokkmokk. Under marknaden har skolan öppet hus där hantverkare från hela Sameland ställer ut.

Ajtte. Svenskt Fjäll- och Samemuseum i Jokkmokk är specialmuseum för fjällkedjans natur och kultur, huvudmuseum för den samiska kulturen och ett informationscentrum för fjällturi- sten. Under Jokkmokks marknad sjuder av aktiviteter i Ajttes lokaler. Intressanta seminarier och föreläsningar drar stora delar av marknadens besökare.

Renfestivalen. Har utvecklat mer kommersiella produkter som bygger till viss del på samisk kultur. En stor kåta mitt i marknadsområdet som serverar mat och dryck, renracetävlingar på isen som drar stor mediabevakning, artistuppträdande och rentaxi i centrala Jokkmokk är några av aktiviteterna.

Föreningen Samisk Kultur. En liten, men viktig aktör under marknaden. Med Kaj Enqvist som eldsjäl ordnar man ett antal konserter med samiska förtecken. Allt från jokkonserter till uppträdande av inbjudna artister från andra delar av världen som förmedlar urbefolkningarnas traditioner och kultur.

All den kunskap och erfarenhet som de olika aktörerna i Jokkmokk i dag besitter om samisk turism måste vara av stort värde för många andra samiska turistföretagare. Inte minst beträffande de olika aspekter som måste beaktas när information om den samiska kulturen sprids i samband med turistaktiviteter. Att identifiera och dokumentera dessa arbetssätt och strategier och i ett senare skede sprida den kunskapen till andra aktiva inom turistnäringen, allra helst de som sysslar med turism kopplat till samisk kultur, borde vara av stort värde.

Att även genomföra en utvärdering och ett efterföljande kvalitetsarbete bland de nuvarande aktörerna borde kunna välkomnas hos de ansvariga för Jokkmokks marknad. Vid en förfrågan som vi gjorde vid ett besök i Jokkmokk framkom det från flera håll att det fanns ett behov av att diskutera, utvärdera och eventuellt förbättra samordningen mellan de olika samiska turist- aktörerna.

Får *alla* besökare verkligen rätt bild av samer och samisk kultur under besöket vid Jokkmokks marknad? Det är en provocerande fråga som kan bli ett avstamp i ett eller flera kvalitetsarbeten som kan vara lämpliga att genomföra i samarbete med inblandade aktörer vid Jokkmokks marknad.

9.3 Njarka sameläger

På Åreskutans västra sida, cirka tre mil från slalompister, störtloppshang och diskodunk i turistmetropolen Åre, ligger Njarka sameläger i byn Häggsjöbränna inom Kalls sameby. Här har makarna Maud och Mattias Mattsson byggt upp en anläggning med kåtor och moderna övernattningsstugor.

Enligt informationen på Åre kommuns hemsida får besökarna prova lassokast, se renar och delta i några av vardagens sysslor hos en renskötarfamilj. Gästerna får också provsmaka det

som tillagas under dagen. Det finns också möjligheter att köpa renskinn och sameslöjd eller att hyra båtar, kanoter och fiskeredskap.

Njarka, som betyder ”lång udde”, utgör en rofylld kontrast till det hektiska turistlivet i Åre. Vid ETOUR:s besök håller Maud Mattsson just på att avsluta en rundvandring tillsammans med en barnfamilj. I undervisningskåtan berättar hon engagerat om växtinsamling, skinnberedning, kalvmärkning och andra vardagssysslor. De pedagogiska hjälpmedlen är enkla men genomtänkta och funktionella.

– Innehållet i programmet beror helt på deltagarna i gruppen och deras förkunskaper. Det gäller att vara flexibel, berättar Maud Mattsson.

Hon och maken köpte in marken av ett skogsbolag och började bygga upp anläggningen i slutet av 1980-talet. Ute på udden finns några renar och ett antal byggnader som anknyter till samernas kultur och historia.

– Det blev sämre tillgång till renbete samtidigt som vi tyckte att utvecklingen i Åre kommun för mycket handlade om karolinerna och turismen. Samernas historia försvann.

Hon berättar att det till en början var ”segt” när de sökte medel till investeringarna, men så småningom fick de hjälp och stöd. Hon var också från början noggrann med att lägga betoningen vid vardagslivet. Den som förväntar sig att hon ska klä upp sig i samedräkt och sitta vid kåtaelden och jojka blir besviken.

– Jag börjar med baskunskaperna och berättar om samebyn och om vardagssysslorna. Det är viktigt att ha renskötseln som grund, säger hon.

Det är i huvudsak hon som ansvarar för anläggningen medan resten av familjen ägnar sig åt renskötseln. Antalet årliga besökare är cirka 3.000, till största delen bestående av förbokade grupper. För enskilda besökare är det öppet bara på sommaren. Inför kommande säsong planeras guidade turer.

– Det är svårt att ta betalt och att få ekonomin att gå ihop, berättar hon.

Hon önskar till exempel att fler skolgrupper hade ekonomiska möjligheter att besöka Njarka.

– Det känns frustrerande att inte nå fler med kunskaperna.

När det gäller ekonomin tycker hon att det finns kvar en inställning hos både myndigheter och folk i allmänhet att samerna ska ställa upp som exempelvis vägvisare eller för att transportera folk över vattendrag. Det blir svårare när de ska ta betalt för tjänsterna eller för upplåtelse av jakt och fiske.

Maud Mattsson säger att hon är något mindre optimistisk i dag än när hon började, men hon tycker samtidigt att det borde finnas denna typ av ”informationscentrum” inom varje sameby. Hon talar också om behovet av utbildning för turistguider och om kompetensutveckling för samiska turistföretagare, till exempel i form av studieresor och utbyte med andra företagare.

Verksamheten vid Njarka sameläger och Maud Mattssons erfarenheter och synpunkter reser frågor som är viktiga att belysa i den fortsatta utvecklingen av samisk turism; På vilket sätt är det möjligt för andra samebyar att bygga upp motsvarande egna informationsaktiviteter? Hur ska behovet av utbildning av turistguider tillgodoses? Vad kan göras för att stödja kompetensutveckling av samiska företagare?

10. Seminarium i Östersund

Ett motsvarande seminarium det i Jukkasjärvi genomfördes i Östersund den 16 oktober 2002. Ett 30-tal deltagare fanns på plats, mestadels samiska turistföretagare från södra delen av Sameland.

Även denna konferens hade rubriken "Samisk turism - hot eller möjligheter." Seminariet genomfördes i Gaaltijes lokaler och medarrangör var SSR i Jämtland.

Syftet med konferensen var i första hand att belysa, synliggöra och diskutera de möjligheter som finns för samisk turism att genomföra och förbättra informationsinsatser till allmänheten om samisk kultur.

Programpunkterna var:

- Presentation av projektet "Ökad kunskap genom turism"
- Presentation av ETOURs forskning gällande samisk turism.
- Så bedriver vi turistverksamhet i dag. Presentation av samisk turism och hur informationsarbetet till allmänheten utvecklats. Föredragshållare: Maud Mattsson, Njarka sameläger och Sylvia Sparrok, Ajvin Sijte.
- Vilken roll kan samisk turism spela i framtiden? Diskussion kring utvecklingsmöjligheter för samiska turistföretagare. Moderator. Birger Ekerlid.

Här följer en sammanfattning från den avslutande diskussionen:

Ingvar Åhrén, Gaaltije: "Vi samer måste själva utveckla samisk turism, annars kommer någon annan att göra det och då riskerar vi att bli passiva objekt. Vilka resurser har vi? Vilken "råvara" säljer vi? Vi måste se vår kunskap som en resurs. Samisk turism kan bli en "kunskapsresa". Ska vi bygga upp en samisk bokningscentral?"

Maud Mattsson, Njarka: "Det finns av SSR utarbetade etikregler för samisk turism".

Per Gustav Idivuoma, SSR: "I dessa regler finns en grund att bygga vidare på".

Thomas Johansson, Tåssåsens sameby: "Vi har några turistföretag idag, bl a en fiskecamp".

Peter Andersson, Idre sameby: "Idag finns ingen tid för turistisk verksamhet, renskötseln tar all tid. Ska turistverksamhet startas måste det ske på rennäringens villkor".

Sylvia Sparrock: "Måste vi bejaka all turism? Det finns en risk i att vi satsar på turism och det blir en massturism som vi inte önskar. Turismen medger också en möjlighet för kvinnor att hålla kvar sitt band till den samiska kulturen".

Reidar Nordfjell, Åre: "Driver Åre Renrajd i Åre Björnen, saknar utvecklingsresurser. Samverkan mellan samiska turistföretag är nödvändig."

Maud Mattson: "Var går gränsen mellan samisk turism och annan näringsverksamhet?"

Laila Stinnerbom, Fjällvistet, Vilhelmina: "Driver vandringar på Kittelfjäll, undervisar under vandringen om samisk kultur och livet i samebyn".

Odd Willenfeldt, Ruvhten sitje, Härjedalen: "Har ingen egen turistverksamhet men det finns ett upplevelseföretag inom byn. Det finns en rädsla för konkurrens om marken mellan turistverksamhet och renskötseln. Efterlyser bättre info från myndigheterna".

Per Gustav Idivuoma, SSR: ”Är vi bara objekt blir turismen ett hot. Det finns fler och fler "egna" operatörer. Så länge rennäringens folk driver företagen är problemen små. Påverkan måste ske inifrån. Rennäringen är primär när det gäller markutnyttjandet”.

Elin Klemensson, Davje Ek, förening: ”Driver en ekonomisk förening med samebyns medlemmar för att skapa arbetstillfällen främst för kvinnor. En lång process som måste ta tid. Tar emot små turistgrupper”.

Sylvia Sparrock: ”Vi behöver ett samiskt "informationsbolag"”.

Olov J Sikku, Mer värd mat: ”Den samiska turismen är ännu liten. Vi behöver lyfta blicken och tänka i nya banor.”.

Birgitta Edvardsson, Åre Turistbyrå: ”Ganska liten spontan efterfrågan på samisk turism. Vinterturister vill inte åka långa sträckor. Utländska turister är köpstarka, en utvecklingspotential finns.”

Pål Doj, Länstidningen: ”Mediabevakningen inskränker sig oftast till renslakten en gång/år. Sällan reportage om samiskt vardagsliv. Saknas bevakning av icke renägande samers villkor”.

Laila Spik, Samernas utbildningscenter, Jokkmokk: ”Utnyttja media som marknadsförare. Har en fast anläggning men reser mycket både i Sverige och internationellt. Har varit med och ordnat en samisk kulturvecka i Västerås. Viktigt med samarbete mellan samiska företag. Trovärdighet och kvalitet ger resultat”.

Olov J Sikku, Mer värd mat: ”Småskalig matproduktion, samiska matproducenter har många beröringspunkter med turismföretagen. Nästa steg är att koppla ihop lokal matproducenter med turismföretagen”.

11. Fortsatt forskning

De erfarenheter som gjorts under informationsprojektet, tillsammans med det material som samlats in, har som tidigare nämnts (se avsnitt 7) förts in i ETOUR:s pågående forskningsarbete. Avhandlingsprojektet *Turism i Sameland* fortskrider de närmaste åren med två större studier kopplat till samisk turism. Den ena av dessa studier kommer att fokusera just på projektets frågeställningar; vad som skrivs om samisk turism i media och hur det som skrivs kan påverka utvecklingen av turism i Sameland.

Den andra forskningsstudien kommer att behandla Jokkmokks marknad ur ett sameturistiskt perspektiv. Frågeställningar blir hur marknaden har utvecklats till den turistattraktion den är idag och hur samisk kultur ingår och har ingått, under marknadsdagarna. I denna undersökning är det insamlade mediematerialet från det pågående informationsprojektet till stor hjälp.

Utöver dessa båda forskningsstudier pågår en kontinuerlig överföring av forskningsresultaten till allmänhet och turismnäring. Inte minst utifrån det genomförda informationsprojektet *Ökad Kunskap Genom Turism* planeras det för en fortsättning i ytterligare ett projektarbete där forskning och samisk turismnäring, ickesamer/samer, möts. Erfarenheterna säger att denna typ av samarbetsprojekt inte bara bidrar till att öka omvärldens medvetande, och kunskaper, om samer, utan samtidigt bidrar till att utveckla en bärkraftig och långsiktigt hållbar samisk turism.

12. Fortsatt strategiarbete

Problematismen kring hot och möjligheter rörande samisk turism, med ett särskilt fokus på medias roll, har skett framgångsrikt under projektets genomförande.

Som framgår av medieanalysen har projektet resulterat i ett stort antal artiklar samt inslag i radio och TV. Konkret har projektet bidragit till att dels öka kunskapen om Sveriges urbefolkning och dess kultur i hela landet, dels tydligt visat på vikten av medvetenhet hos såväl kommersiella som offentliga aktörer om medias roll i frågan.

Framgången visar på vikten av att fortsätta arbetet med att ta fram en tydlig strategi involverande såväl offentliga som privata intressen. Ett par fundamentala ingångar i den processen är:

- Turismens strategiska betydelse som kunskapsspridare av samisk kultur.
- Turismens betydelse för ett ökat intresse för den egna historien och kulturen.

De samiska turistföreträdare som på olika sätt deltagit i projektet har tydligt pekat på vikten av att utveckla långsiktiga strategier avseende informationsöverföring av samisk kultur genom turism.

12.1 Samverkan över kulturgränser

Turismnäringen är komplex, där många olika typer av aktörer i olika led krävs för att till slut nå en slutkonsument. Det ligger i branschens natur att arbeta sektorsövergripande. När det gäller samisk turism är samverkan mellan samer och ickesamer en förutsättning för ett framgångsrikt entreprenörskap.

Det stora nationella och internationella intresse som visats för den samiska kulturen och det ständigt ökande resandet innebär en unik möjlighet att visa på självklarheten i just denna samverkan, en viktig signal till omvärlden att ta vara på och förstärka i en tid då etniska konflikter ligger till grund för mycket av den rädsla och oro världen idag känner för morgondagen. Projektet ”Ökad kunskap genom Turism” visar att den unika kopplingen mellan entreprenörer, forskning och media har gett de processgångar som krävs för att lyfta fram denna konstruktiva bild. Som modell och strategi är det av betydelse att dessa erfarenheter tas vara på och implementeras i ett vidare långsiktigt strategiskt arbete för informationsutbyte genom turism.

12.2 Vidare strategiarbete

Vi menar att det är av stor vikt att det blir ett fortsatt arbete för att skapa en konkret utvecklingsstrategi, användbar för den befintliga och framtida samiska turistnäringen. Det övergripande syftet är att öka kunskapen om samer och samisk kultur hos allmänheten men även som tidigare nämnt bidra till ett ökat intresse och engagemang för den egna historien och kulturen.

En lämplig fortsättning av det nu avslutade projektet ”Ökad kunskap genom turism” skulle kunna vara att gå vidare med någon av de utvecklingsprojekt som presenterats i kapitel 9.

Projektgruppens ambition har varit att låta kompetenser från forskning och turistnäring möta varandra genom projektet. Denna samverkan har visats sig mycket fruktbar, och erfarenheterna från projektet tas med i eventuellt kommande samverkansprojekt.

Per Lindahl, Christina Frimodig, Robert Pettersson. ETOUR

Jan Klein, Nils-Torbjörn Nutti, Lennart Pittja. Sapmi Journeys

Birger Ekerlid, informationsrådgivare

Östersund 2002-05-15

13. Mediaanalys

ETOUR, har inom ramen för det pågående avhandlingssarbetet *Turism i Sameland* kopplat en del forskning till projektet *Ökad Kunskap Genom Turism*. De analyser som gjorts inom projektet syftar till att besvara frågor såsom:

- Vad publicerar svensk dags- och fackpress kopplat till samer och samisk kultur?
- Vilken bild av samer och samisk kultur sprider media?
- Bidrar media till att locka besökare till området, eller finns risken att media sprider en felaktig bild av samerna och den samiska kulturen?

De erfarenheter som samlats in genom projektet (exempelvis under pressresa, seminarium och arbetsmöten) kommer tillsammans med insamlat pressmaterial och litteraturstudier att bearbetas vidare vid ETOUR. De erfarenheter och det material som inkommit genom projektet *Ökad Kunskap Genom Turism* förväntas på sikt resultera i en vetenskaplig artikel. Redan nu kan man dock visa på några av de resultat som kommit fram vid analyserna av pressresa, mediebevakning och den enkät som skickats till de deltagande journalisterna.

13.1 Pressresan

De sex inbjudna journalisterna som deltog i pressresan (Kiruna/Jukkasjärvi 26-28 november 2001) hade alla olika erfarenheter av såväl området som den samiska kulturen. Trots varierande förkunskapsnivåer gav samtliga journalister intrycket av att vara mycket intresserade och kunskapssökande. De ställde många frågor kring såväl samisk kultur som samisk turism. Utöver de sex inbjudna journalisterna följdes både delar av pressresan och sista dagens seminarium av representanter från lokal och samisk media. Pressresan och seminariet har resulterat i ett antal medieinslag i TV, radio och tidningar (se tabell 1).

Utöver det material som redovisas i tabellen förväntas ytterligare material publiceras under den närmaste tiden. De kommande publiceringarna förväntas vara artiklar i tidningarna *Land* och STF:s tidning *Turist*. Dessutom kommer den tyska TV-journalist som deltog under pressresan att sammanställa en dokumentär som bygger på projektets resa och seminarium samt andra studiebesök i Sameland. Filmen, som bland annat kommer att fokusera allmänhetens kunskap om samer och samisk kultur och den nya näringen samisk turism, kommer att visas på Tysk TV:s största kanal (ARD).

Generellt kan man säga att det som har publicerats från pressresan i första hand utgår från de problemställningar som formulerades av projektgruppen inför resan och seminariet, det vill säga hur samisk turism ser ut idag, vad som efterfrågas samt vilka risker respektive möjligheter en eventuell satsning kan medföra. Flera av medieinslagen hänvisade i texten till de anföranden som hölls under seminariedagen. Totalt refererades det till såväl forskning och turismföretagare som politiker. Många av journalisterna valde att även publicera några av de bilder som togs av den medföljande fotografen.

Tabell 1. Förteckning över vad som utifrån pressresan har publicerats i media.

Publicering	Media	Rubrik	Datum	Arkiverat
TV-inslag	Oddasat - SVT	Nyhetssändning	2001-11-29	Videoinspelning
Radioinslag	Sámi Radio - SR	Nyhetssändning	2001-11-29	Textkopia
Artikel	Norrbottens-Kuriren	<i>Vill se mer kolt på stan</i>	2001-11-29	Artikelkopia
Artikel	Norrländska socialdemokraten (NSD)	<i>Myter lockar turister till sameland</i>	2001-11-29	Artikelkopia
Artikel	Samefolket	<i>Turism har blivit en samisk näring</i>	December 2001	Artikelkopia
Artikel	Restauratören	<i>Sameturism i fokus</i>	Januari 2002	Artikelkopia
Artikel	Travel News	<i>Ökat drag i sameturismen</i>	Februari 2002	Artikelkopia
Artikel	Tidningen Vi	<i>Turist i Sameland</i>	Februari 2002	Artikelkopia
Artikel	Travel News	<i>Same same but different</i>	Mars 2002	Artikelkopia
Artikel	Dagens Industri	<i>Frestar med en portion samehistoria</i>	2002-03-18	Artikelkopia

13.2 Enkät

För att få fördjupade kunskaper kring hur de sex inbjudna journalisterna upplevde pressaktiviteterna och seminariet har en enkät sänts till dessa journalister. Enkäten syftar i första hand till att användas i det pågående analysarbetet kopplat till projektet, men den är även värdefull för utvärderingen av projektet. Av de sex skickade enkäterna har så här långt alla utom en besvarats och returnerats.

Enkäten innehåller tre delar. I den första delen ställs ett par frågor kring antal eventuella tidigare besök i området, och i vilken utsträckning man tidigare har kommit i kontakt med samer och samisk kultur (båda frågorna gäller för de senaste tio åren). När det gäller antal tidigare besök i Norrland var det stor spridning mellan journalisterna. En av dem hade aldrig tidigare varit i området och de övriga hade varit i området *fyra till tio gånger*, respektive *mer än tio gånger* tidigare. Även på frågan om tidigare kontakt med samer och samisk kultur var skillnaderna i svar varierande; från *aldrig tidigare* till *mer än tio gånger tidigare*. Svaren visar att flera av journalisterna varit i området tidigare utan att komma i kontakt med samer och samisk kultur.

I den andra av enkätens delar följer några frågor kring journalistens kunskap om, och intresse för, samer och samisk kultur före respektive efter pressresan. Här frågas även om journalisterna har kunnat märka att respektive uppdragsgivares (tex. tidnings) intresse för samer och samisk kultur har ökat i samband med resan. I tabell två redovisas enkätfrågorna och svarsfördelningen. Även om det rör sig om ett begränsat antal svar har ett medelvärde angetts för att enklare kunna göra jämförelser. Utifrån tabellen kan man konstatera att kunskaperna om samer och samisk kultur har ökat hos alla journalister, utom för de två som redan hade goda förkunskaper, vilka har angett samma kunskapsnivå före som efter. Hos samtliga journalister har

intresset för samer och samisk kultur ökat, samtidigt som intresset hos tre av de fem uppdragsgivarna har ökat.

I den tredje och sista delen av enkäten ställs frågan om journalisterna anser att den bild som sprids via media stämmer med de intryck de erhöll under pressresan, och slutligen hur de bedömer medias möjlighet vara att påverka den kunskap som allmänheten har om samer och samisk kultur. På den första av dessa frågor svarar journalisterna att den generella bild som sprids via media stämmer bra till mycket bra med de intryck de själva fick under pressresan. Enkätens sista fråga medias möjlighet att påverka allmänhetens kunskap om samer och samisk kultur fick det starkaste positiva svaren av alla frågor (se fråga 3 b i tabell 2). På denna fråga svarade alla journalister fyra eller fem på den femgradiga skalan som sträckte sig från *Mycket liten* möjlighet för media (1) till *mycket stor* möjlighet (5).

Tabell 2. Svarsfördelning från enkätens fråga 2 (a-d) om kunskap och intresse, samt fråga 3 b rörande medias roll. Svaren har angetts efter en skala från *Mycket lite(n)* (1) till *Väldigt mycket/mycket stor* (5).

Enkätfråga	Svarsfördelning	Medel
2 a) Hur mycket anser du att du kände till om samer och samisk kultur <u>före</u> resan?	2 3 4 4 3	3,2
2 b) Hur mycket anser du att du kände till om samer och samisk kultur <u>efter</u> resan?	4 5 4 4 4	4,2
2 c) I hur hög utsträckning har studiebesöket ökat ditt intresse för samer och samisk kultur?	4 5 4 3 4	4,0
2 d) I hur hög utsträckning har studiebesöket ökat din uppdragsgivares (tex. tidnings) intresse för samer och samisk kultur?	4 2 4 2 4	3,2
3 b) Hur stor bedömer du medias möjlighet vara att påverka den kunskap som allmänheten har om samer och samisk kultur?	5 4 5 5 4	4,6

I anslutning till vardera av enkätens tre delar fanns det även utrymme för egna kommentarer till frågorna. Denna möjlighet har nyttjats av flera av respondenterna för att förtydliga eller fördjupa sina svar.

13.3 Mediebevakning

För att kunna ge svar på frågorna vad, var och hur mycket som publiceras i svensk press kopplat till samer och samisk kultur har svensk tidningsmedia bevakats. Från veckan före pressresan och en månad framåt (2001-11-20 till 2001-12-19) har allt material med någon koppling till samer eller samisk kultur, som publicerats i svensk tidningsmedia, samlats in via mediebevakningsföretaget Observer. Observer bevakar dagligen omkring 1400 svenska tidningar, vilket motsvarar i stort sett all dags- och fackpress i Sverige.

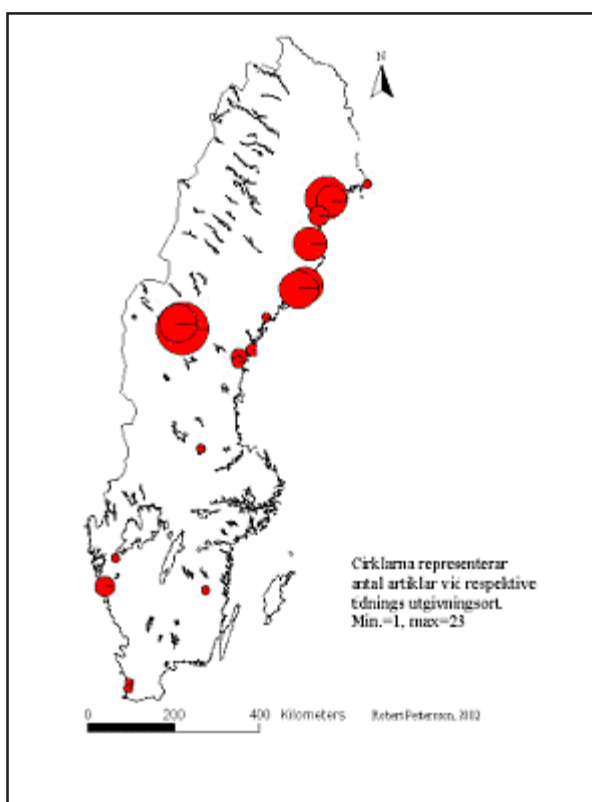
Utöver denna månad där allt tidningsmaterial som kunde relateras till samer och samisk kultur samlades in, har även material som publicerats med koppling till samisk turism samlats in under fyra månader (2001-11-20 till 2002-03-20). I denna längre undersökningsperiod inkluderades exempelvis Jokkmokks marknad som hålls i början av februari varje år, och är en av landets största samiska turistattraktioner.

Samer och samisk kultur i media under en månad

Under den första månaden, när allt material kopplat till samer och samisk kultur samlades in, inkom tidningsklipp enligt nedanstående:

- **Lokala dagstidningar** – 134 klipp fördelade över 19 olika tidningar. De allra flesta i lokal-tidningar med en upplaga på mellan 10.000 och 40.000. *Göteborgsposten* avviker dock från detta med sin upplaga på 260.000. Tittar man på utgivningsorterna för de lokala dagstidningarna som finns representerade i studien ser man en tydlig koncentration till norra Sverige (se figur 1). Man ska dock betänka att några av de lokala tidningarna i storstadsområdena har betydligt högre upplagor, varför de når fler läsare per införd artikel.

Figur 1. Samer och samisk kultur i lokala dagstidningar. Utgivningsorter och antal 2002-11-20 till 2002-12-19.



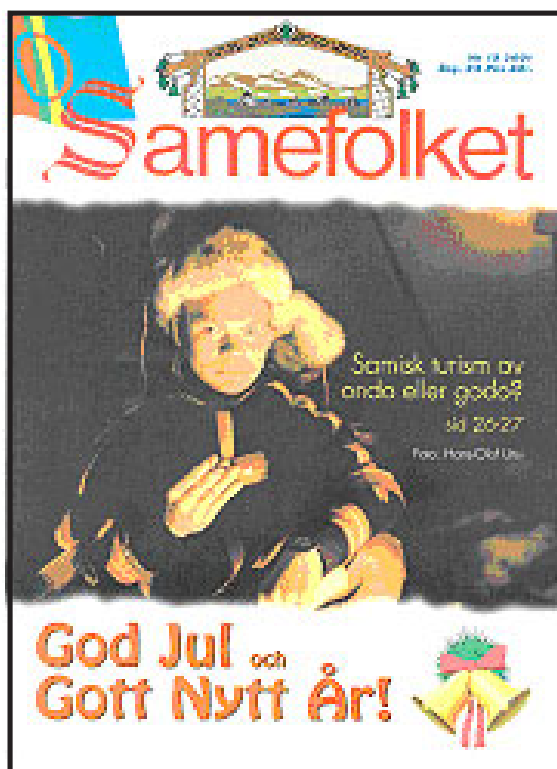
- **Rikstidningar** – 10 klipp fördelade över 4 olika tidningar. Tidningarna är *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter*, *Expressen* och *Svenska Dagbladet*. Den geografiska spridningen utifrån utgivningsorter är svårare att bedöma när det gäller rikstidningar. De flesta av dessa tidningar har sina utgivningsorter i storstadsområdena, men får antas ha läsare över hela landet. Upplagor på mellan 175.000 och 380.000.

- **Fack-, vecko- och övriga tidningar** – 18 klipp i 13 tidningar. Här återfinns den största spridningen i fråga om upplaga, från omkring 2.100 (*Ekonomisk debatt*) upp till 250.000 (*Allers*). Liksom i fallet med rikstidningarna återfinns läsarna för dessa tidningar, oavsett utgivningsort, över hela landet.

I materialet återfinns dessutom tidningen *Samefolket* som utkommer med tolv nummer per år och vars innehåll utgår från ett samiskt perspektiv. I denna undersökning ingår nummer 12 2001, det vill säga det nummer som utkom under undersökningsperioden:

- *Samefolket* – 35 klipp, varav ett klipp är en artikel från projektets pressresa (se figur 2). Artikeln slår fast att turism har blivit en samisk näring. Tidningen har en upplaga på omkring 2.500 ex.

Figur 2. ”Samisk turism av ondo eller godo?” Framsidan av *Samefolket* nr 12, 2001.



Lägger man ihop antalet klipp från lokala dagstidningar, rikstidningar, fack-, vecko- och övriga tidningar (inklusive *Samefolket*) från undersökningsmånaden blir det totalt 197 klipp fördelat över 37 olika tidningar. De sju tidningar (exklusive *Samefolket*) med flest klipp är Östersunds-posten (23), Västerbottenskuriren (17), Norrländska socialdemokraten (17), Länstidningen – Östersund (16), Västerbottens Folkblad (13), Norra Västerbotten (13) och Norrbottens-Kuriren (11). Efter dessa tidningar följer en rad tidningar med fem eller färre klipp.

När det gäller innehållet i det som publicerats under undersökningsmånaden har en uppdelning gjorts i ett antal större ämnesområden (tabell 3). Som framgår av tabellen handlade de flesta klipp om rennäring i någon form. Svensk-norska renbeteskonventionen och rennäringens politiska kommitténs betänkande vilka båda var aktuella under undersökningsmånaden har räknats till, och dominerade, ämnesområdet *rennäring*. Hit räknades även ett antal klipp om betesmark, renantal och den pågående sedvaneprocessen.

På andra plats kom klipp om Sametinget och samepolitiska frågor. Många av dessa klipp var kopplade till Sametingets öppnande som inföll under undersökningsperioden. Det tredje vanligaste området var olika typer av samiska *kulturyttringar* såsom dans, teater, konst och hantverk. Efter dessa tre stora ämnesområden följer en rad mindre frekventa områden. Exempelvis *personporträtt* dominerades av den under undersökningsperioden bortgångne Nils-Aslak Valkeapää och *samisk turism* innehöll ett antal klipp kopplade till det egna projektet Ökad Kunskap Genom Turism, och den pressaktivitet som hölls i Kiruna/Jukkasjärvi.

Tabell 3. Ämnesområden för de klipp som samlats in 2001-11-20 till 2001-12-19.

Ämnesområde	Antal	Anmärkning – antal klipp
Rennäring	42	Svensk-norska renbeteskonventionen. - 16, rennäringpolitiska kommittén. - 12.
Sametinget/politiska frågor	39	Sametinget - 27
Kultur	30	Dans, teater, sång, litteratur, konst, poesi, slöjd/hantverk.
Personporträtt	15	Porträtt av avlidne Nils-Aslak Valkeapää - 9
Samisk turism	9	Egna projektet - 3, Jokkmokks marknad - 1.
Insändare	9	Endast i lokala dagstidningar.
Renar i trafiken	8	
Samiska språket	7	
Samer och rovdjur	5	Varg, järv och lodjur.
Fakta om samer/faktaspridning	5	
Övrigt	28	Annonser, krönikor, skolan...
Totalt	197	

När det gäller att bidra till en ökning av allmänhetens kunskap om samer och samisk kultur kan man konstatera att endast fem klipp innehåller fakta om samer och/eller samisk kultur. Till den relativt stora gruppen övrigt räknas områden som krönikor och annonser, det vill säga såna ämnesområden som i undersökningen endast fått någon enstaka träff. Bland klippen återfinns ett fyrtiotal mindre notiser och resten är relativt stora artiklar med en eller flera stora bilder, inte sällan i färg.

Av de 197 klipp som kom in under undersökningens första månad hade ungefär en tredjedel ett negativt budskap, och två tredjedelar var neutrala. Endast ett fåtal hade ett tydligt positivt budskap. Till de negativa klipp räknas de som hade ord som *kritik*, *bråk*, *protest*, *tvist* och *konflikt* i rubriken. Detta ska jämföras med en studie från 1993¹ där en majoritet av artiklarna hade en negativ attityd. Resultaten ligger däremot i linje med en undersökning från 1985² som tittar på artiklar publicerade i svensk media sedan början av 1900-talet. Här visar sig ungefär en tredjedel ha en negativ attityd. Till negativa räknas i dessa båda undersökningar, liksom i denna, negativa inslag som sådant där konfliktmoment av olika slag dominerar. Tidningen *Samefolket* hade en låg andel negativa artiklar.

¹ Eskilsson, K & G Gudminds (1993): "Jag är lapp och jag har mina renar..." En jämförande, kvalitativ innehållsanalys av DN-artiklar om samer från 1972 och 1992. Högskolan i Karlstad.

²Westerståhl, J & Johansson, F. (1985): Bilden av Sverige: studier av nyheter och nyhetsideologier i TV, radio och dagspress. Studieförbundet, Stockholm.

Av de 197 klippen innehöll drygt hälften, eller 107 klipp, en eller flera bilder. Bilderna utgjordes nästan uteslutande av foton, men till bilder räknas även illustrationer och kartor. De bilder som återfanns i klippen var jämt fördelade över lokaltidningar och rikstidningar. Det klart vanligaste motivet för bilderna var porträttbilder som återfanns på mer än hälften av alla bilder. Tidningen *Samefolket* använde sig av relativt många bilder och här märktes en ännu tydligare övervikt av porträttbilder.

Andra stora grupper var bilder föreställande renar/renskötsel (21 bilder), traditionell samisk klädsel (12 bilder), natur/fjäll (8 bilder) samt kultur/konst (7 bilder). Anmärkningsvärt var att det totalt sett bara fanns en bild av en kåta respektive samiskt hantverk. Tidigare undersökningar³ från turistbroschyrer har visat att hantverk och kåtor är betydligt oftare representerat på bild.

Samisk turism i media under fyra månader

För att få en bild av hur samisk turism representeras i svensk media bevakades just detta enskilda ämnesområde under totalt fyra månader (2001-11-20 till 2002-03-20). Som redan nämnts inföll Jokkmokks marknad, med sina årligen omkring 40.000 besökare, under denna period, något som även kom att märkas bland de insamlade klippen. Under perioden inkom totalt 92 klipp kopplade till samisk turism, och av dessa handlade ungefär hälften, 45 om Jokkmokks marknad och sex om det egna projektet *Ökad Kunskap Genom Turism*. Övriga klipp bestod av annonser om samisk turism (nio klipp) och sådana som kunde relateras till samisk turism såsom resereportage och dyligt.

Liksom för de allmänna samerelaterade klippen kommer klippen kopplade till samisk turism mestadels från norra Sverige. En viss del av detta beror förstås på att lokaltidningar med redaktioner i Jokkmokk (*Norrbottens-Kuriren* och *Norrländska socialdemokraten*) stod för en hel del av klippen från Jokkmokks marknad. Utöver Jokkmokks lokaltidningar utmärker sig Piteå-Tidningen och *Dagens Nyheter* med klipp relaterade till samisk turism. Till skillnad från den första bevakningsomgången med allt samerelaterat material kan man konstatera att det var en större bredd på tidningarna som skrev om samisk turism. Här märktes en stor andel fack- och veckotidningar.

När det gäller bildmaterialet i klippen om samisk turism ser man en tydlig skillnad gentemot klippen som inkom under den första månaden och som inkluderade allt man kunde koppla till samer och samisk kultur. I klippen om samisk turism var för det första bilder mycket vanligare förekommande; 70 av de totalt 92 klippen. För det andra var de vanligaste motiven nu traditionell klädsel (27 klipp) renar med 15 klipp (alltså inte renskötsel) och porträttbilder (14 klipp). Man tycks alltså kunna dra slutsatsen att när det handlar om samisk turism är symboler som renen och den traditionella samiska dräkten viktiga inslag. Det finns på denna punkt en skillnad i medias förmedling av samisk vardag och samisk turism.

³ Pettersson, R. (1999): Turism i Sameland – dagens och morgondagens turism kopplad till samer i svenska Lappland. Working paper 1999:24. Europeiska Turismforskningsinstitutet, Östersund.