

Mittuniversitetet i Östersund
Institutionen för samhällsvetenskap
Avdelningen för turism

Upplevelser och destination
Kulturturism 7,5 hp, VT 09
Ansvarig lärare: Lars Nyberg

Inlämningsuppgift 3

SWOT-analys av utvecklingen av kulturturism kopplad till samer och samisk kultur



Av Margareta Ivarsson, februari 2009

Innehåll

Inledning och syfte	3
Teori	3
Resultat.....	4
Slutdiskussion.....	7
Källkritik	8
Källförteckning.....	8
Litteratur	8
Media	8

Inledning och syfte

Jag kommer i detta PM att göra en SWOT-analys av utvecklingen av kulturturism kopplad till samer och samisk kultur. Samerna är ett av världens ursprungsfolk, en etnisk och språklig minoritet i Nordskandinavien. Den samiska kulturen är ett mycket brett begrepp som omfattar allt från musik, litteratur och teater, till slöjd, mat och sedvanor. Liksom andra ursprungsfolk, uppfattas de ofta som "exotiska" av turister. Vad innebär detta i ett större perspektiv, när ursprungsbefolkningar i allt större omfattning blir föremål för turistnäringens växande intresse? Turism med samer och den samiska kulturen i fokus innebär möjligheter för samerna att sprida information om sin kultur och tjäna pengar på turismen. När turisterna börjar tröttna på alltför ytliga semesterresor och vill ha djupare upplevelser, vänder de sig i allt ökande grad till ursprungsfolken. Men det innebär också en risk för "disneyfiering" där samerna själva tappar kontrollen över sitt kulturarv och starka affärskrafter tar över och skapar artificiella arrangemang såsom jultomtebesök i Rovaniemi med utklädda samer som egentligen inte kan något alls om samisk kultur och där turisterna förleds att tro att det som sägs och sker är sant och äkta. En dramatiserad iscensättning likt en disneyfilm. Det finns alltså både stora möjligheter och stora hot för den samiska turismen.

Syftet med detta PM är att med utgångspunkt ifrån kurslitteraturen göra en SWOT-analys av styrkor, svagheter, möjligheter och hot för utvecklingen av kulturturism kopplad till samer och samisk kultur och därefter beskriva hur jag anser att man bör utveckla samiska turism för att få en långsiktigt hållbar utveckling.

Teori

För att kunna göra SWOT-analysen har jag huvudsakligen använt mig av kurslitteraturens teori gällande SWOT-analys (McKercher och Du Cros 2002 sid. 211) där metoden beskrivs som ett jämförande verktyg för att värdera en verksamhets aktiviteter utifrån en tydlig målformulering. Författarna menar att SWOT-analysen dessvärre alltför ofta används på ett otillfredsställande sätt, då man bara använder den som en bakgrund för en beskrivning.

Avsikten med analysen är att ge en mer komplex och nyanserad bild av hur faktorerna kan påverka varandra och utvecklingen inom samisk turism. Metoden är lämplig i sammanhang som detta när osäkerheten är stor och där behovet av olika handlingsalternativ är stor. När det gäller faktainnehållet i SWOT-analysen, kommer den teoretiska kopplingen från två författare: Pettersson, R. (2003) samt Ivarsson, M. (2007). Referenser till dessa inklusive sidhänvisningar kommer av praktiska skäl att presenteras direkt i själva SWOT-tabellen.

Resultat

SWOT-analys av kulturturism kopplad till samer och samisk kultur. Kategorierna styrkor och svagheter representerar inifrånperspektivet och beskriver egenskaper hos analysobjektet (samer, samisk kultur) medan kategorierna möjligheter och hot representerar externa faktorer (samhälle, politik, miljö, ekonomi osv.) som påverkar analysobjektet.

STYRKOR	SVAGHETER
<p>fler samer som är intresserade av att arbeta med turism (Pettersson s. 10)</p> <p>samiska kvinnor kan syssla med alternativ sysselsättning (Pettersson s. 10)</p> <p>autentisk och levande kultur (Pettersson s. 26)</p> <p>helheten samisk kultur och omgivande landskap (Pettersson s. 26)</p> <p>samiskt konsthantverk (Pettersson s. 26)</p> <p>starka marknads- och festivaltraditioner (Pettersson s. 27)</p> <p>fler unga samer är intresserade av att studera turism (Pettersson s. 27)</p> <p>det finns samiska turistentreprenörer med stor kunskap (Pettersson s. 28)</p> <p>det existerar nätverk för samiska turistentreprenörer (Pettersson s. 28)</p> <p>samiska turistattraktioner finns ofta nära infrastruktur (Pettersson s. 38)</p> <p>samer har goda erfarenheter av internationellt samarbete, inte minst inom EU (Ivarsson s. 20)</p>	<p>"utrotningshotad" kultur (Pettersson s. 9)</p> <p>den samiska kulturen har inga tydliga gränser (Pettersson s. 9)</p> <p>begränsad kunskap om turism och planerande av turism (Pettersson s. 10)</p> <p>traditionell samisk kunskap är ofta en "tyst" muntlig kunskap (Ivarsson s. 13)</p> <p>begränsade kunskaper om marknadsföring och kundperspektiv (Pettersson s. 32)</p> <p>samiskt näringsliv har svårt och göra sig sett & hört nationellt (Ivarsson s.12)</p> <p>det finns inget större samiskt ekonomiskt kapital (Ivarsson s. 12)</p> <p>Sapmi ligger "långt bort" för de flesta turister = dyrt (Pettersson s. 31)</p> <p>samiska företagare ser sig inte alltid själva som företagare, utan oftare som t. ex "renskötare" eller "slöjdare" (Ivarsson s. 12)</p> <p>alla samer har inte stor kunskap om sin egen kultur och historia (Ivarsson s. 13)</p> <p>samebyarna ser fler hinder än möjligheter med turism (Ivarsson s. 13)</p> <p>begränsat utbud av samisk turism (Ivarsson s. 13)</p>
MÖJLIGHETER	HOT
<p>turistintresse för det äkta och exotiska (Pettersson s. 9)</p> <p>ökande efterfrågan av samisk turism (Pettersson s. 10)</p> <p>öka omgivningens/turisternas kunskap om samer (Pettersson s. 21)</p> <p>motverka omgivningens antagonism gentemot samer (Pettersson s. 21)</p> <p>kan ge samerna en bredare ekonomisk bas (Pettersson s. 21)</p> <p>kan ge samerna ökat självförtroende (Pettersson s. 22)</p> <p>kan ge samiska kvinnor en bättre situation (Pettersson s. 22)</p> <p>kan medföra bättre service i området (Pettersson s. 22)</p> <p>samisk turism erbjuder stor skillnad mot folks vardag (Pettersson s. 30)</p> <p>incitament att bevara den samiska kulturen (Pettersson s. 40)</p> <p>miljösatsning på samisk turism (www.naturesbastase.se)</p>	<p>ökade kostnader för befolkningen i området (Pettersson s. 22)</p> <p>ökad ekonomisk beroende (Pettersson s. 22)</p> <p>disneyfiering av den samiska kulturen (Pettersson s. 21)</p> <p>kan skapa känslor av främlingskap (Pettersson s. 22)</p> <p>ökad slitage på området (Pettersson s. 22)</p> <p>utbudet motsvarar inte efterfrågan (Pettersson s. 33)</p> <p>att samerna själva "knuffas ut" från egna festivaler (Pettersson s. 35)</p> <p>negativa reaktioner i lokalsamhället, på en för stark fokusering på utveckling av samiska verksamheter (Ivarsson s.12)</p> <p>dålig infrastruktur i Sapmi (Pettersson s. 10)</p> <p>Sapmi är ett känsligt område ur naturhänseende (Pettersson s. 21)</p> <p>temperatur och väderförhållanden i området (Pettersson s. 30)</p>

Efter att ha läst kurslitteraturen och förstått att den globala turismen är en starkt växande sektor och kulturturismen med den, är det lätt att direkt se alla möjligheter som finns med samisk turism. När de välbeställda turisterna i världen tröttnat på badstränderna och vill ha djupare upplevelser, samtidigt som en större del av världens befolkning har råd att åka på utlandsresor öppnar sig stora möjligheter för dem som har något exotiskt att erbjuda. Det har verkligen den samiska kulturen och det märks i ökad efterfrågan på denna typ av aktiviteter. Den samiska turismen erbjuder verkligen en stor skillnad mot icke-samers

vardag. Det ges samtidigt en stor möjlighet för samerna själva att nå ut med sin kultur till en större målgrupp och öka omgivningens kunskap om samer och samisk kultur. Det kan även motverka omgivningens antagonism gentemot samer i deras närområde. Den samiska kulturens traditionella uttryck är inte kända för att generera stora ekonomiska intäkter. Turism kan därför vara en möjlighet att skaffa sig en bredare ekonomisk bas och en möjlighet för unga samer att kunna stanna kvar i sin bygd och bevara sin kultur. Samerna har historiskt sett varit utsatta för något som nästan kan klassas som förföljelse av majoritetssamhällena samtliga länder där samisk kultur förekommer och turismen skulle kunna vara en möjlighet att ta ett steg framåt i samhället, synas mer och generera egna intäkter samtidigt som självförtroendet ökar. Detta har man t ex kunnat se vid Riddu Riddu-festivalen i Norge, som sedan 1990-talet satt nytt fokus på samisk turism. Så här skriver de själva på sin webbplats: ...”skuer bakover på nedlatende holdninger mot det samiske, men peker også framover med nyvunnen stolthet og identitet.” Festivaler ställer alldeles särskilda krav på samverkan och har ofta, rätt hanterade, stor turistpotential. I Sverige är Jokkmokks marknad ett typexempel på ett evenemang som har enorm turistpotential och som samtidigt är mycket värdefull för samiska kulturuttryck och samerna själva. Men det har inte alltid varit riktigt rumsrent bland samerna själva att hålla på med turism. Inom det samiska samhället finns mycket starka traditioner och värderingar som i princip hävdar att ingen ”riktig” same håller på med turism. Man ser sig själva hellre som renskötare, slöjdare osv. Detta har också sitt ursprung i historien, när samer tvångsrekryterades som vägvisare och transportörer i fjällvärlden. Men tiderna förändras och numera är allt fler yngre samer intresserade av att studera och lära sig mer om turismen och dess möjligheter. Inte minst som komplement till rennäringen. Särskilt viktigt är det då denna näringsverksamhet faktiskt regleras av Länsstyrelsen och samebyarna, inte av enskilda näringsidkare själva. Man befinner sig alltså redan i en slags beroendeställning eftersom man inte som andra företagare kan öka sin verksamhet och omsättning om man vill. Det är strikt reglerat hur många renar som får vistas inom de olika renbetesområdena. Men turismen ses oftast inte med blida ögon i samebyn, då den konkurrerar med rennäringen om tid och uppmärksamhet. I samebyn ser man därför oftast fler hinder än möjligheter med turism.

Rennäringen är fysiskt tung och det är mest män som håller på med den, även om jag själv haft förmånen att träffa och prata med kvinnliga renskötare. När männen har fokus på renarna, finns det enligt Pettersson möjligheter för kvinnorna att ta mer ansvar för utvecklandet av en turistisk verksamhet och samtidigt stärka sin position i samhället. Ökad turism leder även till att möjligheterna att bevara och utveckla samhällsservicen i glesbygder och ofta även avflyttningsbygder ökar. Detta gynnar alla boende i området, inte bara turister och samer. Om samerna kan tjäna pengar, få ett bättre liv, få bättre självkänsla och samhällsservice med mera genom att satsa på turismen, finns en ökad möjlighet att de själva blir mer intresserade av att bevara sin kultur. Positivt i sammanhanget är också den miljonsatsning som ekoturismföreningen Naturens Bästa lanserade under hösten 2008. Man har anlitat en erkänd samisk turistentreprenör med stor kunskap, Lennart Pittja, som projektledare för att utveckla erbjudandena av samisk turism och marknadsföra sig inte minst mot utlandet. Utbudet av samisk turism idag är begränsat och ofta svårt att hitta, men på Naturens Bästas webbplats kan man enkelt hitta certifierade ekoturismarrangemang under rubriken samiska upplevelser. Så det existerar nätverk för samiska turistentreprenörer. Och många samer anser själva att det svenska EU-inträdet gett dem

goda internationella kontakter och nätverk med andra ursprungsbefolkningar även i andra delar av världen, vilket man kan dra nytta av.

Den samiska kulturen är autentisk och levande, till skillnad mot många andra ursprungsfolks kulturer. Den samiska kulturens nära beroende av den omgivande naturen ger också en helhetsupplevelse som är svår att hitta motsvarigheten till. Den samiska konsthantverkstraditionen är stark och det finns många mycket skickliga slöjdare som skulle kunna komplettera samisk turism med en unik möjlighet att köpa med sig äkta konsthantverk istället för billiga massproducerade souvenirer.

Men det finns förstås många hinder på vägen. Den samiska kulturen är en tyst kunskap. Man har inget eget skriftspråk och det finns inga historiska dokument att falla tillbaka på, när man ska satsa på traditionell samisk kultur. All kunskap bygger på muntlig tradition, vilket medför att mycket kunskap förlorats på vägen fram till idag. Under "försvenskningensperioden" skulle dessutom alla same "bli svenskar" och fick inte tala samiska i skolan. Det finns därför ett glapp i kunskapsöverföringen, trots att framträdande samiska kulturpersonligheter som t ex. Lars Pirak (nyligen bortgångna) gjort mycket för sin kultur. Man kan utan att överdriva säga att den samiska kulturen är utrotningshotad. Det bor t ex fler same i Stockholm än i någon annan ort i Sverige och där lever och arbetar de inom yrken som vem som helst, utan någon större koppling till den samiska kulturen. Bara för att man har samiskt ursprung medför inte det att man kan mycket om samisk kultur. Den samiska kulturen har inte heller några tydliga gränser. Varken geografiska eller kulturella. Det finns så mycket mer inom samisk kultur än rennäring och samebyar. Det finns ursprungligen fjällsame, skogssame, sjösame och elvesame i Norge (förr hade vi en grupp som kallades fiskelappar i Sverige), skoltsame och kildinsame på Kolahalvön osv. Och hur definierar man egentligen en same? Det finns inga tydliga regler för det, utan det handlar mycket om huruvida en person *upplever* sig som same eller ej. Då begreppet autenticitet är så centralt inom kulturturismen, kan man verkligen ställa sig frågan: Vad är äkta samisk kultur? Det finns inget enkelt och konkret svar på det. Är det t ex samisk turism att rida islandshäst i Vindelfjällen bara för att turoperatören är same? Hur ska turisterna veta att den upplever autentisk samisk kultur?

Samiskt näringsliv har svårt att göra sig hört i samhället och samerna har heller aldrig varit någon kapitalstark grupp som själva kan investera stora summor i utvecklandet av samisk turism. Man säger själv, t ex. från Sametingets sida att man måste lära sig mer om affärsutveckling, marknadsföring och samverkan i nätverk för att lyckas i framtiden. Att inte denna kunskap finns tillgänglig i högre grad, är negativt när det gäller turismsatsningar som är mycket beroende av att man strategiskt kan värdera och positionera sin tillgång.

Ökad turism kan också leda till ökade kostnader i områden med ökat turisttryck och det kan leda till ökat ekonomiskt beroende. Vad händer t ex om man satsar mycket och hårt på turism, lyckas bra, får massor med välbetalande turister att komma och så blir flygresorna så dyra på grund av klimatproblematiken att inga har råd att komma? Då har man gjort sig beroende av något och förmodligen försakat annat på vägen och sedan står man där. För de flesta turister ligger Sapmi så långt bort att resan dit redan är mycket kostsam, både ekonomiskt och tidsmässigt. Dessutom är infrastrukturen i sameland av särskilt hög standard om man t ex. jämför med E6 genom Halland. För många turister på resande fot i ett område med dålig infrastruktur leder till problem. På fjället leder det även till stort slitage i en känslig

miljö. Och även om det säkert finns många kulturturister som gärna halvt om halvt fryser fötterna av sig på Jokkmokks marknad, är det befogat att ställa sig frågan hur många utländska (även svenska för den delen) turister som egentligen är villiga att betala dyra pengar för att resa till ett arrangemang där temperaturen vanligen ligger runt -25 grader celsius? Och även om man reser på sommaren, är sannolikheten hög att temperaturen inte är någon höjdare ändå, om man säger så. För att inte tala om myggen...

En hård turistfokusering kan även skapa känslor av främlingskap och för den samiska kulturen kan det även leda till att man som same måste gå in i en ny roll. Pettersson kallar det on-stage och back-stage. Back-stage, bakom scenen, bakom masken är man sig själv, men för övrigt spelar man bara rollen av same. I värsta fall kan det leda till en så kallad disneyfiering av hela kulturen, där det samiska bara är till för att höja värdet på en kommersiell produkt, typ jultomtens framträdande i finska Rovaniemi, dit många turister varje år reser från hela världen. För en kunnig och insatt kulturturist, motsvarar inte denna typ av kulturturismarrangemang förväntningarna. Det är en annan risk med samisk turism. Det behövs kvalitetssäkring av den samiska kulturturismen. Det är därför intressant att se att unga samer så nyligen som i höstas protesterade mot att inte samerna själva "ägde" kulturturismfrågan i Rovaniemi. De knuffas ut från sina egna sammanhang och även från sina egna festivaler, som tidigare vid Jokkmokks marknad. Men om samerna själva helt skulle återta makten och kommunikationen över sina egna aktiviteter, som exempelvis Jokkmokks marknad, finns en stor risk att det skulle bli negativa reaktioner i det omgivande lokalsamhället. Det finns ju redan stora motsättningar mellan t ex skoteråkare & jägare å ena sidan och renägare å den andra. Troligen skulle ett större fokus på det samiska skapa ytterligare polarisering i dessa typer av debatter och motsättningar.

Slutdiskussion

Syftet med detta PM var att med utgångspunkt ifrån kurslitteraturen göra en SWOT-analys av styrkor, svagheter, möjligheter och hot för utvecklingen av kulturturism kopplad till samer och samisk kultur och därefter beskriva hur jag anser att man bör utveckla samiska turism för att få en långsiktigt hållbar utveckling.

Min slutsats av tidigare resonemang blir att det är samerna själva som måste äga frågan. Det är hög tid att de själva tar tag i den. Annars gör andra kapitalstarka turoperatörer i än högre grad det och då blir det väldigt lätt helt fel för alla inblandade. Jag ser en stor möjlighet för samerna att använda sig av sina internationella nätverk och lära sig av andra ursprungsfolks misstag och framgångsfaktorer, när det gäller hållbar kulturturism. Det finns stora ekonomiska möjligheter, men jag tror att den samiska kulturen kommer bäst till sin rätt i småskalig turism av hög kvalitet och nära relationer till samerna själva. Att t ex. i en liten besöksgrupp få lov att följa med samerna när de flyttar sina renar mellan beteslanden, lyssna till en jojk i kåtan på fjället och vara med när samerna gör sina vardagliga bestyr är både en mäktig upplevelse och ett helt unikt arrangemang som man kan ta mycket betalt för. Få, småskaliga turer av ytterst professionella och kvalitetssäkrade samiska turistentreprenörer med turister som betalar mycket per person för en unik upplevelse ser jag som framtidens melodi.

Källkritik

Jag har valt ut de faktorer jag anser vara av störst betydelse och ha störst påverkan på utvecklingen av samisk turism. Det föreligger många fler faktorer än de jag listat. Så redan mitt urval av fakta från kurslitteraturen får anses skapa subjektivitet i materialet.

Källförteckning

Litteratur

Ivarsson, Margareta. Den ofrivillige turistföretagaren - Om Samisk Upplevelseturism i Sverige. Fakulteten för samhälls- och livsvetenskaper, Karlstad Universitet 2007.

McKercher, B., Du Cros, H. Cultural Tourism. *The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. The Haworth Hospitality Press, 2002.

Pettersson, Robert. *Sami Tourism in Northern Sweden – Supply, Demand and Interaction*. Doctoral dissertation in Social and Economic Geography at the Faculty of Social Sciences, Umeå University, Sweden, 2003.

Media

<http://www.naturesbasta.se/nyheter/detalj.asp?ID=257&AktivMeny=500&AktivUnderMeny=520> Naturens Bästa, tillgänglig 2009-02-01.

<http://www.riddu.no/om-riddu-riu.21025.no.html> Riđđu Riđđu, tillgänglig 2009-02-01
SVT Ođđasat.

 Din plats: [Inlämningsuppgifter](#) > **Visa inlämnad uppgift**

Inlämnad uppgift: Uppgift 3

Inlämningsdatum: den 15 februari 2009 23:59

Typ: Arbeta individuellt

Betygskriterier: av 1

Status: Betygsatt den den 10 mars 2009 14:05

Betyg: **1 av 1**

Skickat den den 1 februari 2009 20:59 (försök nr 1)

Instruktioner:

Se studiehandledning Inlämningsuppgiften bedöms och kan då godkännas eller alternativt så behövs en komplettering/omarbetning som respektive lärare meddelar omfattningen av. Då blir det ett nytt inlämningsdatum.

Bilagor

Inlämnad uppgift:

uppgift 3 se bilagd pdf-fil

Bilagor [Inlämningsuppgift 3 MI.pdf](#)

Den senaste kommentaren:

Avsändare: Lars Nyberg

Datum: den 10 mars 2009 14:05

Hej Margareta

Du kan mycket om samer och samisk turism, det är uppenbart. Problematiken är tydlig. Om samisk turism ska utvecklas så behövs samarbete med externa operatörer + inkvartering + transporter och då uppstår genast risken att kulturen och dess processer blir en produkt som anpassas alltför mycket efter besökarna (operatörerna som gatekeepers och kravställare). Det ser vi i Rovaniemi och generellt i finska Lappland, där jag också varit och beskådat den "samiska" turismen. En del fungerar dock bra enligt våra lite striktare kriterier.

För en äkta samisk kulturturism så måste, som du säger, samerna äga frågan och internt avgöra vilka faktorer man bör ta hänsyn till och vilka som kräver förändring. Dynamiken i en kultur är ju också viktig.

Uppgiften är godkänd.

Hälsningar

Lars

[Visa tidigare kommentarer](#)

OK