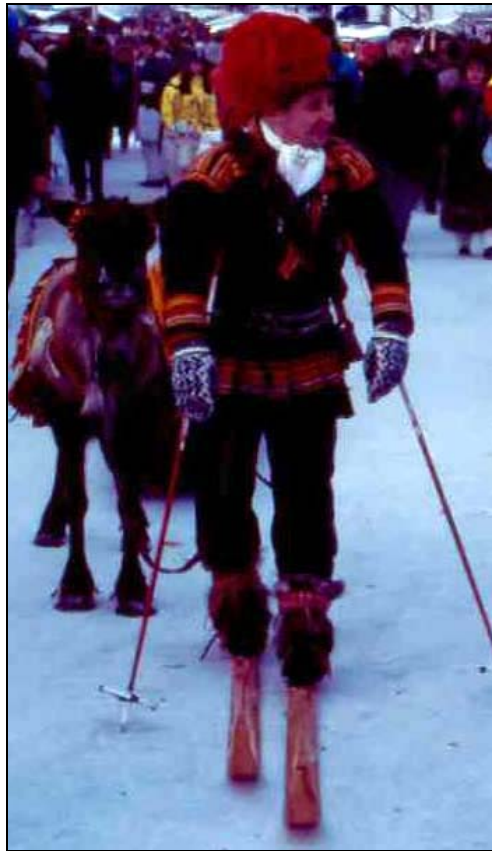


DEN OFRIVILLIGE TURISTFÖRETAGAREN

- OM SAMISK UPPLEVELSETURISM I SVERIGE



Jokkmokks marknad

Av Margareta Ivarsson
www.margaretaivarsson.se

Kurs: Nordkalotten – Samiska Kulturperspektiv, 15 hp
Fakulteten för samhälls- och livsvetenskaper
Ämne: Miljövetenskap
Karlstad Universitet
Augusti 2007

Innehållsförteckning

1. Inledning	sidan 1
1.2 Syfte och avgränsning	1
2. Sàpmi – Sameland	2
2.1 Rennäringen	2
2.2 Samiskt gårdsbruk	3
2.3 Andra näringar	3
2.4 Samisk organisering	4
3. Vad är samisk upplevelseturism? – definitioner	6
3.1 Upplevelse	6
3.2 Turism	7
3.3 Samisk turism	7
3.4 Andra definitioner	9
3.5 Samisk upplevelseturism	10
4. Teori och metod	11
4.1 Faktorer som kan hindra samisk upplevelseturism	12
4.1.1 Ur perspektivet samisk näringslivsutveckling i allmänhet	12
4.1.2 Ur perspektivet samisk upplevelseturism	13
4.1.3 Ur perspektivet samebyn och rennäringen	14
4.1.4 Ur perspektivet att vara same och tillhöra ett urfolk	16
4.2 Databassökningar	18
4.3 Exkursion	18
5. Slutsatser och diskussion	19
5.1 Det handlar om värderingar	19

Referenser

Fotograf: alla bilder är tagna av författaren

1. Inledning

Den samiska kulturen, miljön och folket har länge intresserat mig. Jag vet egentligen inte riktigt när det började, men jag tror det var i samband med att jag genom en fjällutbildning kom i kontakt med samisk miljö och kultur. I början av 1990-talet besökte jag därför Jokkmokks vintermarknad (som avhålls första helgen i februari) som turist. Jag ringde Jokkmokks turistbyrå i september året innan och ville ha information om olika möjligheter för ett lämpligt upplägg. Jag tyckte allt att jag var en hyfsat duktig turist som hade närmare ett halvårs framförhållning. Oj, vad paff jag blev när personen som svarade sa – Nååååå...vilket år hade du tänkt dig? Vilket år?! Det tog en stund innan jag fattade att evenemanget är så populärt att det är svårt att hitta boende till alla besökare. Allt löste sig i alla fall otroligt bra, för turistbyrån skulle själv genomföra en slags "paketresa" med flyg från Stockholm. Jag anmälde mig snabbt och bokade anslutningsflyg från Halmstad. Jokkmokks marknad överträffade alla förväntningar, inte minst tack vare det upplevelserika program som turistbyrån satt ihop. Vi hade den stora förmånen att ha den samiske konstnären och slöjdaren Lars Pirak som ciceron en oförglömlig kväll och jag kommer fortfarande ihåg fascinationen hos den kille från Nya Zeeland som fick lov att prova på kappkörning med ren, nere på sjöisen. Han for av sitt ekipage i hög hastighet, med en slags skräckblandad förtjusning. Allt var bra ordnat, men jag minns ändå att jag reflekterade kring varför "sörlänningar", dvs. personer med ursprung långt söder om sameland (Sápmi) och utan annan koppling till den samiska kulturen än affärs- och allmänt intresse, under vissa aktiviteter fungerade som mina guider där. Varför guidade inte samerna själva? Var de inte intresserade av att kvalitetssäkra informationsöverföringen till oss mindre vetande? Såg de inte affärsmöjligheterna? Eller vad var det?

Genom åren har sedan denna frågeställning återkommit i mina tankar, då jag vid upprepade tillfällen stött på samma sak när det gäller samisk turism, fast på andra platser. Det senaste tillfället var i Abisko tidigare i år. När jag på senare tid i mitt arbete kommit att jobba mycket med affärsutveckling i småföretag och med den s.k. upplevelseturismen i andra sammanhang, har reflektionerna kring den samiska turismen blivit än mer omfattande. Vad är det egentligen som hindrar samerna från att ta en mer aktiv del av den "turistiska kakan". Det var med stort intresse jag började studera kursen Nordkalotten – samiska kulturperspektiv 15 hp. Det har varit så intressant och jag har hittat så mycket material, att jag skulle kunna skriva mycket mer. Det finns alltså enorma möjligheter att fördjupa sig – jag har bara skummat lite på ytan.

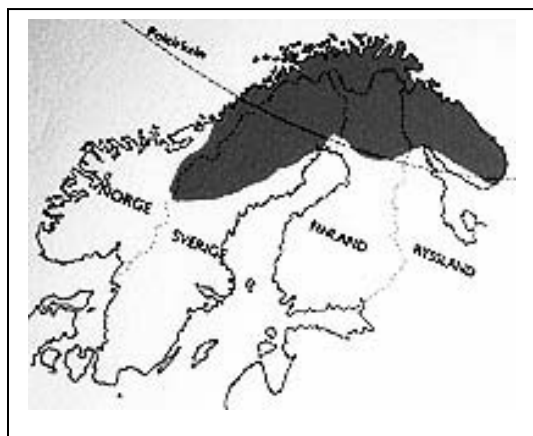
1.2 Syfte och avgränsning

Syftet med detta arbete är att genom litteratur- och Internetstudier samt en exkursion beskriva olika faktorer som kan hindra samisk upplevelseturism, samtidigt som författaren av detta arbete skaffar sig en större förståelse för den samiska kulturen av idag. Arbetet ska huvudsakligen belysa samisk upplevelseturism ur ett svenskt perspektiv.

*Det verkar finnas två typer av människor i världen,
de som varit på Jokkmokks marknad och de som inte varit.*

Robert Pettersson

2. Sàpmi – Sameland



Samerna är ett av världens ursprungsfolk, en etnisk och språklig minoritet i Nordskandinavien och på Kolahalvön. Samerna fanns där redan när de nordiska rikena framträdde i historien. Förr i världen kallades samerna för "finnar", senare "lappar". På samiska har det alltid hetat sámit, alltså samer. (www.svt.se/oddasat). Sàpmi sträcker sig över hela den norra delen av Nordkalotten, från ryska Kolahalvön i öster till svenska Dalarna i söder. Det finns ingen tydlig definition av begreppet same. Viktiga kriterier är dock bosättningsområde, härkomst, språk, vilken näring man bedriver, samt om man själv uppfattar sig som same eller ej (Kjellström 2000). "Trots alla försök att skapa objektiva normer för etnicitet är det uppenbart att det så kallade subjektiva kriteriet får allt större betydelse idag" (Lundmark 1999 sid. 141).

Någon folkräkning över hur många samer det bor i Sàpmi har inte gjorts nyligen, men man brukar nämna följande ungefärliga siffror: det finns omkring 70 000 samer totalt i de fyra länderna. I Ryssland 2 000, i Finland 6 000, i Norge 40 000 och i Sverige 20 000. (www.samer.se) De svenska samerna utgör ca 0,2% av Sveriges befolkning och är fördelade över hela Sverige. De samer som bedriver renskötsel är ungefär 2500 till antalet, eller motsvarande 900 hushåll och finns i området för Sveriges 51 samebyar, vilket motsvarar de inre och norra delarna av landet. "Det är just dessa samer som i allt större utsträckning ägnar sig åt turism kopplat till den samiska kulturen." (Robert Pettersson 2001). Den samiska kulturen är ett mycket brett begrepp som omfattar allt från musik, litteratur och teater, till slöjd, mat och sedvanor.

2.1 Rennäringen

Det finns två huvudsakliga former av renskötsel i Sverige:

1) **skogsrenskötsel**, som utnyttjar olika vegetationstyper i barrskogen året runt. Idag bedrivs skogssamisk renskötsel i Norrbottens län och i Malå-trakten i Västerbottens län.

2) **fjällrenskötsel**, som bedrivs mellan områden i barrskogen på vintern och fjällområden på sommaren. Det är flyttningarna mellan dessa områden som kan hamna i konflikt med samhället runt omkring. Tidigare följde rensköterna hjorden till fots eller på skidor, men idag sker flyttningarna ofta med hjälp av snöskoter, terrängmotorcykel och helikopter eller på vissa håll med häst. Rennäringslagen från 1971 reglerar samebyarnas verksamhet. En sameby är en

ekonomisk och administrativ sammanslutning som leder renskötseln inom ett visst område. Inom samebyn finns flera renskötsselföretag som kollektivt utnyttjar betesmarkerna. Ett renskötsselföretag består av en eller flera renägare och varje renägare beslutar själv om sina egna renar. Länsstyrelsen beslutar hur många renar varje sameby får ha. (Kuoljok Huuva, 2006)

2003 bedrevs renskötsel vid 937 företag, varav ca 80% fanns i Norrbottens län. I Norrbottens fjällsamebyar var det genomsnittliga antalet renar 165 per företag och i länets skogssamebyar var motsvarande siffra 242. I Västerbottens, respektive Jämtlands län var det genomsnittliga antalet renar per företag 539 respektive 410. Den totala intäkten från kontrollslakten var år 2003-2004 ca 37 miljoner kronor. Majoriteten av rennäringens företagarna kan inte leva enbart på sitt företag. Huvuddelen av deras inkomster kommer från tjänst. Det är endast företag med fler än 500 renar där mer än 50% av inkomsten kommer från rennäringens företag. Det föreligger alltså fortfarande en konflikt mellan rationell rennäring kontra rennäringen som kulturbärande näringsgren. Bland de samer som har anknytning till renskötseln har en större andel kunskaper i samiska, än de som inte har denna anknytning (Näringspolitisk strategi för Sametinget 2006). Det anses finnas ett ömsesidigt förhållande mellan rennäringen och övriga samiska näringar. Det hävdas att en stark rennäring där rätten att bruka mark och vatten är säkerställd förbättrar möjligheten för övriga näringar att utvecklas. Samtidigt anses en utveckling av övriga samiska näringar stärka rennäringens position. Enligt samiskt synsätt är de samiska näringarna intimt förknippade med den samiska kulturen. (www.sametinget.se)

2.2 Samiskt gårdsbruk

Det finns inga exakta siffror tillgängliga över vilka samer som driver gårdsbruk, men i de tre nordligaste länen finns så kallade fjällägenheter, med varierat ursprung. Några har skapats då den svenska bondekulturen expanderade in i landet, andra representerar samisk bosättning sedan mycket lång tid tillbaka. De flesta har dock en samisk bakgrund, direkt eller indirekt. På fjällägenheterna bedrivs ett slags kombinationsbruk: småskaligt gårdsbruk, jakt, fiske och småskalig turism. Förutom fjällägenheterna finns privata gårdar med kombinationsbruk av olika slag. (Näringspolitisk strategi för Sametinget 2006)

2.3 Andra näringar

Precis som resten av Skandinavien, har Sàpmi påverkats av den nya tidens ekonomiska och sociala förändringar. Förändringen mot ett mer differentierat yrkesliv märks även här. Mycket av det särpräglade i samekulturen, som tidigare varit kopplat till gamla näringsformer har försvunnit. Samtidigt som utvecklingen medfört framsteg, har den också raserat sådant som varit gammalt och tryggt. Detta märks både i radikalt förändrade förutsättningar för renskötseln och dess binärningar, samtidigt som ”samerna kanske aldrig tidigare visat en sådan livskraft i sina näringar och i sitt kulturliv som under 1900-talets sista årtionde.” (Thomasson, www.ne.se). Till de samiska, traditionella, näringarna hör också slöjden, jakten och fisket. Till de nya näringarna räknas turism, media, konst och musik. Inom Sàpmi finns ett utvecklat samarbete över riksgränserna, inte bara inom traditionellt samiska ämnesområden som språk och duodji (sameslöjd och samiskt konsthantverk) utan också inom litteratur, musik, teater och film. Det finns ungefär 650 samiska duodjiutövare, varav 111 är aktiva företagare.

Andelen kvinnor överväger. De flesta kombinerar duodji med andra sysselsättningar. Samtliga företag är enmansföretag. Ny design av kläder och smycken är ett exempel på ett område med möjlighet till nyföretagande. (Näringspolitisk strategi för Sametinget 2006).



Den samiska flaggan har använts sedan 1986.
Flaggans färger kommer från den traditionella samiska dräkten, kolten.

2.4 Samisk organisering

Samerna har inte varit organiserade i egentlig mening särskilt länge, endast ca 100 år. Från samma tid härstammar den första samiska nedskrivna litteraturen (som inte var religiösa översättningar). Efter andra världskriget tog de samiska organisationssträvandena fastare form, men det dröjde ända till 1993, innan de politiska partierna bildades i samband med Sametingets tillkomst. Sametinget är ett folkvalt organ och en statlig myndighet, med val vart fjärde år. Sametingets organisation liknar kommunernas, där det också finns politiker och tjänstemän. Från statsmaktens sida är det Jordbruksdepartementet som har det övergripande ansvaret för samiska frågor. Det finns inte så många andra stora samiska institutioner på den svenska sidan. Däremot finns det flera samiska organisationer: 32 sameföreningar spridda över hela landet.

”I sametingsvalet gick det för de etablerade organisationerna 1993 på samma sätt som för det svenska politiska etablissemanget 2003. Det tänkta resultatet uteblev.” (Sköld, Axelsson sid. 258 2005). Författaren jämför här med folkomröstningen om euron och syftar på att den största organisationen SSR, (Samernas Riksförbund) fick mindre än en fjärdedel av mandaten. Det hade istället tillkommit nio samiska partier strax före valet. Sammanlagt 13 partier fanns att rösta på, varav 11 fick mandat i sametinget. Författaren ger också uttryck för att det sedan lång tid tillbaka finns en uppdelning inom den samiska kulturen, där vissa samer av andra samer inte anses ha lika hög status. Detta är bland annat kopplat till vilken näring man bedriver. Rennäringen anses t ex stå högre i kurs än fiske och turism (sid. 261) och det ” är inte så länge sedan som skogssamerna betraktades som en avart av de ”*riktiga samerna*” och många bedömare såg framför sig en samisk samhällsutveckling där den skogssamiska kulturen och renskötseln var dömd att gå under.” (www.skogssamerna.se)

Generellt sett har personer verksamma inom jord- och skogsbruket i svenska glesbygdskommuner låg utbildningsnivå. Till denna grupp räknas även rennäringen, där det är en låg andel personer med eftergymnasial utbildning. (Näringspolitisk strategi för Sametinget 2006).

Sveriges medlemskap i EU har ur ett samiskt perspektiv inneburit ett synliggörande av samiskt närings- och kulturliv. Samerna har inom ramen för EU:s regionalpolitik fått

möjligheter till ekonomiskt stöd riktat specifikt till det samiska samhället. Samernas behov har blivit uppmärksammade på internationell nivå. Resultaten märks bland annat som förändrade attityder, ökad framtidstro och stärkt självkänsla. (Sametinget 2005)

*Ett samiskt näringsliv med hög attraktionskraft som präglas av utvecklingskraft
och som får människor att växa.*
Sametinget



Del av konstverk, målat av Lars Pirak.

3. Vad är samisk upplevelseturism? - definitioner

Jag har valt att använda begreppet *samisk upplevelseturism*, istället för *samisk turism*, för att jag tycker att det bättre beskriver vad det handlar om. Valet skapar dock definitionsproblem. Inga uppslagsord finns på upplevelseturism i den svenska Nationalencyklopedin, men ordet används i artiklar på dess webbplats www.ne.se. Ordet upplevelseturism används också flitigt på webbplatserna för de högskolor/universitet som ger kurser med denna inriktning. Man talar till och med om turism och "upplevelseproduktion" och det finns även en yrkeshögskoleutbildning med inriktning mot upplevelseturism (www.ltu.se). Det är alltså inte helt enkelt att definiera upplevelseturism – det är ett mångtydigt begrepp. Man får därför titta på orden upplevelse + turism.

3.1 Upplevelse

Uppleva, definieras av NE som att vara med om något som direkt berörd part, med avseende på något som händer, gärna något sätt anmärkningsvärt. Man kan faktiskt även mäta upplevelser t.ex. styrkan hos känslor och sinnestillstånd. "Vi söker upplevelser/stimuli, solbränna/attractivitet, gemenskap/tillhörighet och minnen/mentala investeringar. Resandet blir en del av vår utveckling som individer." (Sahlberg, www.ne)

Begreppet upplevelse förekommer idag ofta i olika sammanhang, t ex upplevelsecentrum, en oförglömlig upplevelse, fiskeupplevelse, upplev medeltiden, kulinarisk upplevelse, upplevelse som ger minne för livet, äventyr och upptäcktsfärder. ..Begreppet kan man alltså närma sig från olika håll...Att beskriva upplevelsen utifrån ett behov av aktiviteter eller platser, utifrån något vi upplever med alla sinnen och förstår med vårt intellekt. Det kan ha att göra med den rena sinnliga njutningen, och med aktiviteter i form avspänning, äventyr och utmaningar.

Besöksadress Ersnäs, en insats för byautveckling

Upplevelsenäringen räknas till en av de stora framtidsbranscherna på den svenska arbetsmarknaden. Hit räknas bl.a. turism, inklusive alla slags resor, kultur, nöjen, sport och välbefinnande. (Berggren, Tydén 2001). Det som förr var aktiviteter för försörjning är i dag aktiviteter i upplevelseekonomin. Fisketurism och jaktturism är aktiviteter som ligger högt på upplevelseskalan. Tidigare förflyttade sig nomadfolken till fots i orörd natur. Idag kallas det vandringsturism. Det som förr var vardagslivets överlevnadsstrategi har i dag stöpts om till fritidens sysselsättning. Andra kulturers vardagssysslor kan transformeras till spännande turistattraktioner; fårklippning inför publik på Nya Zeeland eller renskiljning hos samerna på Nordkalotten. En relativt ny inriktning inom upplevelsenäringen är event marketing – marknadsföring genom evenemang och händelser, där evenemanget fungerar som en slags magnet för att skapa en positiv känsla som förknippas med det aktuella företagens varumärke eller produkt.

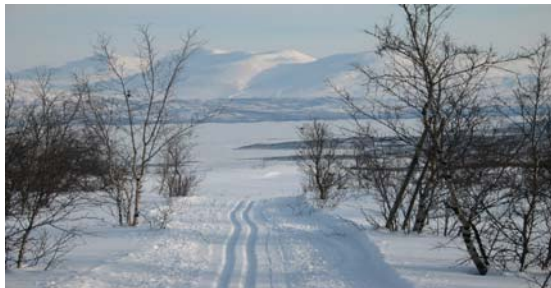
Vilka mentala souvenirer kan platsen erbjuda? Hur kan platsen inordnas i besökarens mentala arkiv av värdefulla berättelser och bilder?

Bengt Sahlberg

3.2 Turism

Turism ”(av *turist*, av engelska *tourist*, av *tour* '(rund)resa', 'rundvandring'), benämning på människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför den vanliga omgivningen”. (www.ne.se). Turismen tillhandahåller bl.a. transporter, logi, kost, shopping och fritidssysselsättningar, men den kräver organisation och marknadsföring. Turismen svarar för en stor del av världshandeln. År 2006 hade Sverige drygt 3 miljoner ankommande besökare, främst från Norge och Tyskland.

I turismens inledande fas spelade ideella krafter som Svenska Turistföreningen - STF(1885) stor roll. NUTEK ansvarar nu för de statliga övergripande turistfrågorna. Sveriges Rese- och Turistråd (Turistrådet) samordnar bl.a. marknadsföring av Sverige utomlands. På regional nivå är det huvudsakligen landstingen och kommunerna som ansvarar för organisationen. De lokala organisationerna drivs med allt större deltagande av näringslivet och ofta med kommunalt bidrag. ”I Sverige beräknades turismen 2006 ge ca 152 000 helårsarbeten och omsätta drygt 215 miljarder kr.” (www.ne.se)



Vid Torne träsk

3.3 Samisk turism

Med samisk turism menas samiskt bedriven turism. Turism som har sin utgångspunkt i den samiska kulturen och som ägs och kontrolleras av samer. Det sameturistiska utbudet i Sverige finns nästan uteslutande inom området för Sveriges 51 samebyar - från Idre i söder till Karesuando i norr. (Pettersson 2001). Samebyarnas definition av samisk turism innebär ett ansvarsfullt besökande. Den samiska turismen ska bidra till en hållbar utveckling av rennäringen och ett skydd för miljön. (Kuoljok Huuva 2006). Turismen är en relativt ny samisk näring, de flesta företagen har funnits i mindre än tio år. Samisk turism har visserligen funnits längre, men i mycket begränsad omfattning. Tidigare hade den samiska turismen huvudsakligen olika typer av guidning i fjällen och jakt i fokus. Idag finns det mellan 40 och 50 samiska turistföretag i Sverige. Många drivs av kvinnor och ungefär hälften kombinerar turistföretaget med renskötsel eller annan samisk näringsutövning, som till exempel duodji. Ett fåtal av företagen har fler än fem personer anställda på säsongsbasis. Idag är flertalet av företagen inriktade på besök där information om samer och samisk kultur och miljö ges i någon form oftast i kombination med besök i kåtor eller visten. Den samiska turismen erbjuder olika aktiviteter såsom: övernattnig i kåta, deltagande vid renskiljning och kalvning, lassokastning, vandring med tamrenar, besök i sameviste, deltagande i samiskt vardagsliv, berättarstunder, samisk mat, jojkkuppvisningar, guidade turer med mera. Ungefär en fjärdedel

av företagen har inriktning mot konferens där möjligheter till jakt och fiske erbjuds. Med andra ord *upplevelser* i ordets mest uppenbara betydelse.

ETOURs (www.etour.se) forskning visar att det finns en stor potential för samisk turism, men denna potential innehåller både hot och möjligheter. Den kan bidra till sysselsättning, ökade inkomster och kunskapsspridning om den samiska kulturen. Men det finns också risk för överexploatering och urholkning av den samiska kulturen. Det är därför viktigt att en turistisk satsning utgår från samerna själva och den samiska kulturen. (Pettersson 2001). När det gäller renskötseln, finns det även där både positiva och negativa sidor med turismen. Den kan störa renskötseln om det vistas många turister i vissa områden, men den kan också innebära möjligheter att kanalisera besöksströmmarna och därmed minska störningarna.

Det finns även ett utbud av samisk turism på vissa museer och evenemang. Bland museerna intar det samiska huvudmuseet **Ájtte** i Jokkmokk en särställning när det gäller innehåll och besöksvolym.

Jokkmokks vintermarknad brukar nämnas som det största och mest fascinerande exemplet på samisk turism. Man kan se det som ett gott exempel på hur man kan förena samisk kultur med kommersiell turism (Kuoljok Huuva 2006). Bilden utåt av det samiska är central och en stor del av framgången för marknaden. ”– Det är exotiskt och samekulturen är intressant. Jokkmokk är en exklusiv destination. Känslan att bemästra vildmarken, ”living on the edge”, finns där. Därtill kommer att möta andra människor, marknadshandeln, nöjen och underhållning”...”Det är otroligt häftigt, även för en norrlänning som mig.” (Pettersson, Lindahl 2005 sid. (2) 12)

Marknaden genomförs sedan mer än 400 år tillbaka, ofta i stark kyla (ner till minus 30 grader). Kylan är ett dubbelbottnat mervärde, men kan kalla det avskräckande exotiskt. I marknadsföringen används den samiska kulturen – renar och den samiska klädseln. (www.jokkmokksmarknad.com) Av marknadens totala utbud är omkring en femtedel samiskt. På Samernas Utbildningscentrum, Ájtte och Sameslöjdstiftelsen i Jokkmokk hittar man det genuint samiska Där finns även utställningar, seminarier och föredrag som bidrar till marknadens attraktionskraft. Antalet kringaktiviteter till marknadshandeln har vuxit mycket sedan 1960-talet. (Pettersson 2001).

Laponia - Lapplands världsarv sedan 1996, ligger i området kring Sarek och Padjelanta nationalparker. Det ”är ett samiskt kulturlandskap med spår av mänsklig aktivitet alltsedan istiden. Sedan urminnes tider har samerna levt i dessa trakter, först som jägare och fiskare, senare som renskötare och nybyggare.” (www.fjallen.nu) Världsarvområdet är också ett värdefullt naturlandskap. Totalt har sju samebyar landområden inom Laponia. Det är inom detta område **Badjelánnda Laponia Turism**, bildat av de lokala samebyarna, tagit över driften av stugorna (drygt 200 bäddar vid sju stugläger) längs Badjelánndaleden, som går mellan Kvikkjokk och Ritsem. Leden är inte ursprungligen skapad för turister, utan det är en gammal samisk vandringsled som går igenom flera samebyars sommarland. Runt leden kan det utvecklas fler aktiviteter med inriktning mot turism. Föreningen sköter stugorna till och med säsongen 2007, därefter lägger Länsstyrelsen ut anbud på driften igen. (Kuoljok Huuva 2006)

Sápmi, en region och ett samhälle som berikar Sverige
Sametinget

3.4 Andra definitioner

Samiskt kulturarv. ”Med det samiska kulturarvet menas det samiska folkets kultur och historia i ett geografiskt landskap. Kulturarvet återspeglar en svunnen tid samtidigt som det är basen för ett tankesystem.” (www.sametinget.se) Det handlar både om ett materiellt – till exempel lämningar i naturen - och ett immateriellt kulturarv. Exempel på det senare är berättarkonst, traditionell musik och kunskap, religiösa och filosofiska system, traditioner och idéer & värden.

Hållbar utveckling i sameland: ”en utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina”...”Ekologiskt och ekonomiskt bärkraftiga samiska näringar är den bästa garantin för att bevara de höga miljö- och kulturvärden som finns i fjäll- och skogsområdena. De samiska näringarna bygger i stor utsträckning på ett nyttjande av förnybara naturresurser vilket betyder att de för sin överlevnad är beroende av att miljön inte skadas.” (Näringspolitisk strategi för Sametinget 2006 sid.19)

”**Ekoturism** är ansvarsfullt resande som bidrar till skyddet av naturmiljöer och till lokalbefolkningens välbefinnande.” (www.naturensbasta.se) Det är en form av turism som fokuserar på upplevelser av lokala ekosystem och lokal kultur. Kriterier för ekoturismen är att den skall minimera miljöpåverkan, skapa medvetande om och respekt för miljö- och kulturfrågor, vara positiv för bl.a. naturskydd, ekonomi och lokal kontroll samt öka medvetenheten om värdlandets politiska, ekonomiska och sociala klimat. I detta sammanhang är det lätt att se hur väl den samiska turismen passar in. På Naturens Bästas hemsida finns det 19 olika kategorier att välja mellan. Samiska upplevelser är en egen kategori, med 20 olika val. Endast kategorierna familjeäventyr (36), Ridnings & hästturer (42, varav flera samiska) , Naturguidningar (27) och Bo på landet (22) har fler valmöjligheter.

Ekoturismen i form av upplevelse- och rekreationsmarknaden representerar en attraktiv försörjningsbas och kan utgöra ett viktigt ekonomiskt komplement till försörjning på platser där förutsättningarna för annan varu- och tjänsteproduktion är små. ”I Sverige är det kanske framför allt Norrlands inland och fjälltrakter som på detta sätt kan tillföras värdefulla resurser.” (Sahlberg www.ne.se). Samtidigt skapas möjligheter att bevara värdefulla miljöer för kommande generationer. ”FN utnämnde 2002 till Ekoturismåret. Det signalerar en delvis ny, global syn på turismen som fenomen. Eller – om man så vill – en ny roll för turismen i samhällsutvecklingen.” (Sahlberg www.ne.se).



Konsthandverk av Lars Pirak.

3.5 Samisk opplevelseturism

Bland turister som reser till norra Sverige finns ett stort interesse av att få möta och ta del av den samiska kulturen. Som jag ser det, kan ingen turism vara mer ”opplevelse” än just den samiska turismen. Min definition på samisk opplevelseturism blir då denna:

Samisk opplevelseturism drivs av samer, har sin utgangspunkt i den samiska kulturen och erbjuder verdensunika natur- og kulturopplevelser.

Margareta Ivarsson



Motiv av Lars Pirak, på kaffemugg som finns att köpa som turistsouvenir.

*Og jeg som hade streket opp grenser
jeg som hade streket opp grenser grenser
de holder seg jo ikke innenfor
de holder seg jo ikke der*

Marie Boine

4. Teori och metod

Teori är enligt Nationalencyklopedin (2007) en grupp antaganden eller påståenden som förklarar företeelser av något slag och systematiserar vår kunskap om dem. I denna del presenteras teorier för kunskap som sedan används i den kommande analysen. När det gäller forskningsbaserade teoretiska referensramar för samisk upplevelseturism, finns det en begränsad mängd teorier att arbeta med. Som forskningsämne är ämnet fortfarande i sin linda. Den litteratur som använts är till kursen Nordkalotten - samiska kulturperspektiv 15hp fastställd kurslitteratur och en exkursion, samt artiklar, rapporter, uppsatser och information, huvudsakligen via digital media på Internet. Utförlig presentation av källorna finns i referenslistan i slutet av detta arbete. Nedan presenteras olika teorier jag funnit, som beskriver hinder för samisk upplevelseturism.



Marie Boine, samisk musiker

4.1 Faktorer som kan hindra samisk upplevelseturism

Här följer en sammanställning över alla de faktorer jag kunnat identifiera, som hindrar eller kan tänkas hindra samisk upplevelseturism. Jag har valt att inte skriva ut referenserna till varje enskild punkt, då detta skulle bli väldigt otympligt att läsa och hantera. Huvudsakliga källor till punkterna är den skriftliga dokumentation som anges i referenslistan. Webbplatser spelar alltså en mindre roll som referensmaterial just i detta avseende. Det är viktigt att påpeka att källorna inte alltid uttryck ”hinder” utan kan istället ha beskrivit det som att det ”finns stora utvecklingsmöjligheter...” eller ”det finns ett stort behov av...” Då jag valt att fokusera just på sådant som kan utgöra hinder i detta arbete, har jag alltså avsiktligt vänt på formuleringen i texten nedan.

*Det fjällbesökaren ser av renskötseln är ofta bara varningsskyltar
om att man kan störa renskötseln under vissa perioder*
Robert Pettersson & Per Lindahl

4.1.1 Ur perspektivet samisk näringslivsutveckling i allmänhet

- samiskt näringsliv är frånvarande i regionalpolitiken
- samiskt näringsliv har svårt och göra sig sett och hört på det nationella planet
- Sametinget upplever personal- och resursbrist när det gäller näringslivsutveckling
- på regional nivå är det samiska kärnområdet splittrat på tre län, vilket medför att de samiska regionerna blir små och sårbara
- kommunerna gör olika tolkningar av lagstiftningen vilket bromsar företag som verkar över kommungränserna
- bristen på kapital - det finns inget större samiskt ekonomiskt kapital att "satsa i potten" på större samverkansprojekt
- samerna själva har ägnat mer energi på den europeiska arenan, och därför "lidit nederlag" på den regionalpolitiska
- sametinget har inget mandat och regionalpolitiskt ansvar för den samiska näringslivsutvecklingen
- samerna har inte själva kommandot över samiskt näringsliv och samisk kultur
- samerna förmedlar en defensiv hållning, som inte präglas av utvecklingskraft och stolthet
- någon helhetslösning för förvaltningen, där samerna är beredda att hitta lösningar och ta ansvar för turismen existerar inte
- näringslivsfrågorna har inte varit prioriterade i Sametingets politiska arbete
- det finns en större andel lågkapitaliserad verksamhet inom samiska näringar än i övriga samhället
- brist på kompetens
- de samiska områdena präglas av ensidig och svag näringsverksamhet, hög arbetslöshet och låg inkomstnivå
- utveckling av samiska näringar har inte alltid varit självvald
- bristande samordning mellan de samiska näringarna
- avsaknad av tydlig förmedling mellan vilka forskningsbehov de samiska näringarna har och den forskning som bedrivs
- grundstatistik saknas för merparten av de samiska näringarna
- samiska företagare ser sig inte alltid själva som företagare, utan oftare som t.ex. "renskötare" eller "slöjdare"
- samiska företagare har inte alltid specificerat företagets inriktning
- samerna kanske oftare närmar sig kommunerna i konfliktfrågor än för att diskutera näringslivsutveckling
- det samiska bosättningsområdet är till stora delar extrem glesbygd med bristfällig utbyggnad av telekommunikation och datanät.
- Sametinget hade funnits i tretton år, innan de gjorde ett näringspolitiskt program
- de samiska företagen har av tradition svag kontakt med det lokala och offentliga näringslivet.
- negativa reaktioner i lokalsamhället, på en för stark fokusering på utveckling av samiska verksamheter

Det huvudsakliga referensmaterialet till ovanstående punkter kommer från Sametinget, men även andra källor har använts.

4.1.2 Ur perspektivet samisk upplevelseturism

Sápmi är rik på turistisk råvara men fattig på turistiska produkter
Stiftelsen Gaaltije

- kompetensbrist avseende marknader, kunder och marknadsföring samt en egen försäljningsorganisation.
- otillräckligt utvecklade nätverk, vilket hindrar samordning av företagens kapacitet och möjlighet att ta emot gäster
- bristande infrastruktur för att kunna ta emot turister
- traditionell samisk kunskap är ofta en ”tyst” kunskap. Den finns inte nedtecknad, utan har muntligt förts vidare genom generationerna
- det är svårt för besökaren att hitta det sameturistiska utbudet.
- den samiska turismnäringen behöver stärkas av ett ökat samarbete mellan entreprenörer, återförsäljare och marknadsförare
- samisk kulturturism innebär svåra etiska och moraliska avvägningar när det gäller att kommersialisera den egna kulturen
- alla samer har inte nödvändigtvis stor kunskap om sin egen kultur och historia
- det krävs att innehållet i högre grad anpassas till besökarnas förväntningar
- har man en bra idé så delar man helst inte med sig av den
- turistföretaget drivs vid sidan av familjens rennäring, vilket leder till att det endast hålls öppet delar av året
- det är inte en produkt utan ett förhållningssätt som ska skapa kunskap och förståelse för samernas kultur, näringar och livsmiljö
- medvetenheten om konsumentperspektivet är inte särskilt hög
- inte så hög affärsmässig utveckling och mognad hos entreprenörerna och därmed bristande insikt om branschens affärsstruktur och deras roll som leverantörer i ett kommersiellt affärssystem, vilket lett till mindre inflytande över på vilket sätt deras produkt exponeras mot slutkonsument.
- man har inte tydligt sett sin roll i det turistiska systemet och t ex. nischat in sig på smala produktlinjer och specialiserat sig på ett begränsat urval av tjänster som möjliggör småskalig verksamhet med bra ekonomiskt utfall
- brist på utvärdering och kvalitetsarbete
- brist på diskussion och samordning mellan olika samiska turistaktörer
- det finns fortfarande kvar en inställning hos vissa myndigheter och individer att samerna ska ställa upp som vägvisare eller transportörer
- utbudet av samiska turistprodukter är litet samtidigt som medvetenheten om Sápmi som resmål har ökat. Detta kan innebära att icke samer ser framtida affärsmöjligheter med samerna som attraktion.
- det saknas självklara mötesplatser för tankeutbyte och ”korsbefruktning”
- det finns ingen etablerad samverkansform för större event
- det förekommer ingen gemensam marknadsföring av samiska produkter och tjänster
- ökad satsning på turism ger mer säsongsarbete, lokal prisstegring, ökat beroende och höga utvecklingskostnader
- en fjärdedel av turismarbetarna i fjällkommunerna kommer utifrån, vilket kan bero på att turismjobben är svåra att kombinera med andra anställningar. Ytterligare en förklaring kan vara att många fjällbor av olika anledningar helt enkelt inte passar för att de serviceinriktade turismjobben.

- det finns stereotyper i många samers sätt att se på turister: man klassificerar turisterna som en massa, inte som individer, utan att inse att situationen har ändrat sig mycket under senare år: turisterna idag är mer ivriga att lära sig – ”lärande turister”
- samernas negativa attityder gentemot turister är större på den institutionella nivån än på den individuella. Den institutionella kritiken riktar sig främst mot de icke-samiska lokala och nationella aktörerna som ekonomiskt drar nytta av samerna eller regionen
- endast några få samiska turismföretag tar emot bokningar året runt

Det huvudsakliga referensmaterialet till ovanstående punkter kommer från Sametinget, Fjällmistra, Kuoljok Huuva, Pettersson & Lindahl, Viken och ETOUR, men även andra källor har använts.

*Vi är fortfarande så små att det inte är någon fara för Disneyfieriing.
Risken är större att vi är för seriösa så att det känns trist med samisk turism,*
Anna Sarri

När det gäller turism måste man kunna två saker: klockan och service!
Edmund Johansen



4.1.3 Ur perspektivet samebyn och rennäringen

- samebyarna ser fler hinder än möjligheter. Detta kan vara en förklaring till varför jakt- och fisketurismen inom samebyarna är så pass begränsad:

<p><u>Hinder</u> Fria småviltjakten Krockar med renskötseln Risk för överexploatering/alt. resurser saknas Eldsjälar saknas Infrastruktur saknas Ytterligare intrång Ej tillräckligt lönsamt Tradition att bedriva turism saknas Länsstyrelsen motarbetar samebyar</p>

(Fjällmistra 2004)

- konflikter med samebyarnas renskötselarbete
- mycket av fokus läggs på att bevaka ärenden som rör mark- och rättighetsfrågor, vilket tar kraft från utvecklingsfrågorna
- samebyn är ofta passiv och ser inte sig själv som en kraft i en utvecklingsprocess. Det försvårar arbetet med samverkanslösningar och partnerskap eftersom samebyarna isolerar sig i sina "egna" problem
- samebyarna är generellt defensiva och ser myndigheterna både som hinder och som möjliggörare, vilket signalerar att utvecklingsfrågorna ligger utanför den enskilda samebyns ansvarsområde. Detta blir tydligt bl. a i samebyarnas egna utvecklingsplaner där de konkreta förändringsförslagen läggs på "andra" än samebyn själv
- diskussionerna fastnar i rättighetsfrågorna och kommer inte längre
- konflikt mellan rationell rennäring och kulturbärande näringsgren
- negativa följder på den fysiska miljön i form av ökad nedskräpning, förslitning och buller
- samebyarna är i behov av organisationsutveckling
- det krävs beredskap att ta emot besökarna
- en sameby är genom rennäringslagen förhindrad att bedriva annan ekonomisk verksamhet än renskötsel. Samebyarna kan därför inte ta en formell roll, varken samordnande eller kontrollerande, när det gäller turismverksamhet. Lagstiftningen är alltså ett hinder för samebyarnas ekonomiska och sociala utveckling (enskilda samiska entreprenörer kan dock bedriva annan kommersiell verksamhet än renskötseln).
- turismen kräver att man kan hålla bestämda datum. I renskötseln finns inte fasta datum och tider, vilket påverkar turismverksamheten negativt.
- det finns ett visst motstånd mot enskilda turismentreprenörers verksamheter från deras egna samebyar och dess medlemmar, vilket ibland leder till konflikter.
- turismverksamheten sköts då lite i det tysta av enskilda entreprenörer, men det är viktigt att informera vilka som är säsongsföretag, både för besökarna och för andra berörda.
- personlig konflikt mellan den egna turismverksamheten och renskötseln
- renskötseln är ibland svår att kombinera med turism: under kalvmärkningstiden mellan midsommar fram till augusti kan det vara svårt att ta på sig uppdrag. Likadant om det är dåligt med bete för renarna, då kräver renskötseln mycket tid.
- samiska turismföretagare är inte alltid tillgängliga och kan svara på förfrågningar på det sätt som det förväntas.
- många samer ser renskötseln som huvudnäring och turismen endast som nödvändig binäring - mer som ett tvång för att komplettera ekonomiskt
- känslan av att få sin identitet kränkt av fotografer och filmare "på sin arbetsplats"
- penninghushållningen kom relativt sent in i renskötseln
- om inte familjen och det sociala nätverket accepterar, stöttar och ställer upp för "kombiföretagaren" (renskötsel/turismnäring) blir det svårt att jobba med turism
- det finns en kluvenhet hos kombiföretagaren: man ser möjligheterna och tänker stort, men är ändå försiktig med satsningar och expansion. Det handlar om att ta hänsyn både till rennäringens önskemål och samtidigt utveckla sitt eget turismföretag - en svår balansgång som kräver fingertoppskänsla.
- betesmarkerna som är en förutsättning för renskötseln har krympt, vilket skapat en konkurrenssituation mellan de renskötande samerna. Traditionella näringar måste därför utvecklas ömsesidigt med turismnäringen, som delvis tar marker i anspråk.

- samebyarna har inte någon större möjlighet att kräva insyn i de enskilda turistföretagen.
- för att kunna bedriva en renskötsel Anpassad samisk turism, behöver man ha en fot i varje läger och full insikt om vad som gäller i respektive verksamhet
- kombiföretagsverksamheten leder till att turismverksamheten inte blir så välplanerad - man kan inte alltid delta i möten och projekt som rör turismutveckling - vilket skapar en osäkerhet bland de övriga i kommunens näringsliv. Resultatet kan bli mindre rekommendationer och färre besökare.
- avsaknad av strategiska beslut som grund för tydliga riktlinjer för personer som vill bedriva turistisk verksamhet på samebyns gemensamma arealer - beslut som bygger på respektive samebys förutsättningar
- samiska turistföretagare måste dels ta hänsyn till rennäringens uttalade önskemål om turistfria områden/tider och dels att utveckla sina företag.

Det huvudsakliga referensmaterialet till ovanstående punkter kommer från Sametinget, Kuoljok Huuva och ETOUR, men även andra källor har använts

från den enkelspåriga renskötaren mot en vidare världsbild
Nils Torbjörn Nutti

Bristen på samepolitiskt engagemang i näringslivsutvecklingsfrågor är till stor del en ledarskapsfråga där det saknats fokus och kraft
Sametinget

4.1.4 Ur perspektivet att vara same och tillhöra ett urfolk

- den enskilde samens i vårt moderna samhälle har ibland svårigheter att ”förklara sig” för turisterna, när man inte lever efter ”det gamla”
- samiskheten knyts ofta enbart till renskötseln
- identitetsproblem kan uppstå när den samiska kulturen blir turistattraktion
- Samerna känner en förväntan från turisterna att leva på ett traditionellt sätt
- ”disneyfiering” eller överkommersialisering av den samiska turismen som uppmärksammas i turism kopplad till andra ursprungsfolk
- en känsla av att stå på en scen: det talas om ”on stage” och ”back stage”, alltså när man träffar besökarna, respektive när man är ledig eller sitter på kontoret
- det krävs en turistifiering: man ska sälja vardagslivet men vardagslivet skiljer sig inte från annat vardagsliv. Detta medför en svår personlig gränsdragning, eftersom det handlar om att skapa en säljbar och intressant produkt
- samerna upplever sig sakna delaktighet och att vara ett objekt mer än ett subjekt
- kunskapen om den potential som turism inriktad mot urfolk har är liten, särskilt hos urfolken själva
- urfolkens deltagande inom turismorganisationer är liten
- valet av försörjningssätt påverkas av de ideal som följt dem sen barndomen

- utveckling av samisk turism kräver att samerna själva ställer sig i fokus: syns du inte så finns du inte. Samisk tradition har snarare uppfattningen att man ska att verka utan att synas
- en samisk stolthet och patriotism till den egna kulturen, vilket bland annat tar sig uttryck i att de samiska turistföretagen inte ser särskilt positivt på kommunens (Jokkmokks) marknadsföring av samer och samisk kultur, trots att det egna verksamheten gynnas. Man är på sin vakt och kritiken är hård. ”De samiska företagen värnar om kulturen. Man visar, säljer och bjuder inte på allt. De kliver åt sidan för rennäringens behov. Bara för att de är turistföretagare så innebär det inte att man accepterar turister i den privata sfären” (Kuoljok Huuva sid. 42, 2006)
- negativa eller likgiltiga attityder mot den samiska turismen från andra samer
- en attityd bland äldre samer att i första hand se risker och problem istället för möjligheter och utmaningar

Det huvudsakliga referensmaterialet till ovanstående text kommer från Kuoljok Huuva, Pettersson och ETOUR, men även andra källor har använts

Ibland känns det som att vi plockar samepoäng. Har jag en kolt (samernas folkdräkt) ger det en poäng. Har jag sytt den själv får jag två. Om jag sedan kan jojka koltens jojka har jag fyra poäng. Har jag slutligen skor till koltens som är sydda av bällingar från min egen ren har jag nått fem poäng. På så vis samlar jag poäng och klättrar på trappan upp mot 100 procent same.

Sara Omma



Lapporten

*Detta med turism känns dubbelt för samer. Det blir en kamp inombords...
I själva verket kanske vi samer inte vill hålla på med turism.*

Reidar Nordfjell

4.2 Databassökningar

De flesta databassökningarna har skett via sökmotorn Google, på sökorden samisk och turism.

- Resultat vid sökning efter samisk upplevelseturism: 484 träffar, inget samiskt företag (där länken funkade). Länkarna går till projekt, kommuner, byalag, sametinget, forskning, artiklar etc.
- Resultat vid sökning efter "samisk turism"; 729 träffar. Via träffarna www.hittaforetaget.se och www.gulex.se kan man hitta 4 företag. Ett företag kommer av egen kraft upp på första sidan. Sedan är det mest forskning, projekt, kommuner, rapporter, artiklar, etc.
- Resultat vid sökning efter "resa i sameland", ger inte träffar på företag på de 4 första visade resultatsidorna.
- Resultat vid sökning på engelskstavade "Lapland": flera företag högt upp, inget samiskt.
- Resultat vid sökning på svenskstavade "Lapland" kom Destination Lapland på åttonde plats. Via den hemsidan kan några samiska företag nås.

Flera webbplaster för samiska turistprodukter är "under uppbyggnad", är inte uppdaterade eller finns helt enkelt inte längre/är flyttade/inte går att ladda upp.



Det samiska centret i Lovozero, Ryssland

4.3 Exkursion

En del av kursen Nordkalotten – Samiska kulturperspektiv genomfördes som en exkursion den 2 – 19 augusti 2007. Resrutten gick med buss från Karlstad med färja via Stockholm- Åbo och sedan upp genom Finland till Kautokeino och Alta i Finnmark och vidare till Kirkenes och Murmansk och ut på Kolahalvön. På tillbakavägen åkte vi via Inari och Åbo. Resan gav ett mycket intressant perspektiv på samisk kultur i och med att jag fick så många infallsvinklar från andra länder att jämföra med det svenska perspektivet.

Vi träffade renskötare och sjösamer, ortodoxa skoltsamer och företrädare för samiska organisationer och vi besökte intressanta museer som de i Alta och Varangerbotn i Norge, Inari i Finland, samt Lovozero och Revda på Kolahalvön i Ryssland.

5. Slutsatser och diskussion

Syftet med detta arbete har varit att genom en litteratur- och Internetstudie samt en exkursion beskriva olika faktorer som kan hindra samisk upplevelseturism, samtidigt som författaren av arbetet skaffar sig en större förståelse för den samiska kulturen av idag. Arbetet ska huvudsakligen belysa samisk upplevelseturism ur ett svenskt perspektiv.

Inledningsvis måste jag konstatera att jag blev överväldigad av alla de hinder jag fann. Jag uppfattar mig själv – både till min person och profession – som en positiv och konstruktiv människa. Det är kanske just därför, som jag blivit väldigt påverkad av den komplexitet och den omfattning hinder, som verkar kunna svara på mina inledande frågor: Varför guidade inte samerna själva? Var de inte intresserade av att kvalitetssäkra informationsöverföringen till oss mindre vetande? Såg de inte affärsmöjligheterna? Eller vad var det? Nu har jag en mycket större förståelse, vilket var ett av syftena med arbetet.

Man kan naturligtvis inte ta de i kapitel 4 listade faktorerna som absoluta sanningar. Syftet har ju varit att beskriva sådant som *kan* hindra samisk upplevelseturism, ambitionen har inte varit att definitivt fastslå något. Jag har inte heller värderat betydelsen av varje punkt. Vissa punkter har förmodligen en begränsad påverkan, medan andra faktorer är mycket viktiga. Här finns mycket att jobba med, för den som vill fördjupa sig i ämnet.

Det handlar om värderingar

Om jag ska försöka mig på en analys av resultatet i detta arbete, så kommer fokus att hamna på de grundläggande värderingar som påverkar den samiska kulturen. Både de värderingar samerna har själva och de värderingar det övriga samhället har.

Det verkar som rennäringen står i en fullständig särklass hos samerna och man utvecklar därför inte andra näringar om man inte måste. Turismnäringen verkar stå särskilt lågt i kurs. I bästa fall förhåller man sig likgiltig, med några få undantag. Fokus hos renskötande samer tycks länge ha varit på mark- och konfliktfrågor gällande just rennäringen och när samerna har haft anledning att träffa ”majoritetssamhällets institutioner” har det varit vi-mot-dom. Det kan tyckas som om man från samiskt håll varken har kunnat, velat eller haft möjlighet att ta tag i andra frågor under tiden. Här spelar säkert den historiska aspekten en viktig roll: att majoritetssamhället de facto fungerat som en förtryckare under vissa tidsperioder. Min analys av detta är att den samiska rennäringen är så central, att om inte det omgivande samhället anstränger sig för att se bortom konflikterna, finns det risk för att man inte på länge ännu kommer vidare i diskussionerna. Det handlar om en grundläggande respekt för ett mycket starkt samiskt ethos, där det är otroligt viktigt att lyssna och förstå – inte bara höra – vad som sägs. Att majoritetssamhällets företrädare, särskilt de som finns i offentlig förvaltning, verkligen respekterar människan, samnen, även om man inte alltid håller med i sakfrågorna, verkar vara en nyckelfaktor.

Det omgivande samhället å sin sida undrar varför i hela fridens namn samerna själva inte tar tag i och driver en verksamhet med så många, inte minst ekonomiska, utvecklingsmöjligheter som samisk upplevelseturism. Här tror jag det är viktigt att samerna själva börjar diskutera och samverka mer med varandra i mycket större omfattning än vilket verkar vara fallet idag:

- Ska vi låta andra sköta den samiska upplevelseturismen och riskera att det i värsta fall blir Disneyfiering och i näst bästa fall blir en del pengar till oss själva, men att icke samerna tjänar de stora pengarna?
- Om inte, hur vill vi ha det? När ska det vara genomfört? Vilken strategi lägger vi upp för att ta oss dit? När sätter vi igång?

Internet i kombination med personliga kontakter är två av de viktigaste informationskällorna, när det gäller vilken destination turister väljer. Samma bild ser vi också internationellt. (Andersson 2004). När det gäller samisk upplevelseturism finns det en särskild problematik här, med dåligt utbyggd infrastruktur. När jag gjorde min databassökning, som beskrivits i kapitel 4.2, blev jag ganska nedslagen av resultatet. På webbplatsfronten finns mycket att göra och utveckla, om man vill nå hugade turister och så måste man ju svara på e-post förstås, vilket kan vara nog så problematiskt i Sápmi.

I mitt material framkommer att det finns motsättningar inom och mellan olika samiska grupperingar, som försvårat konstruktivt arbete. Jag ser även många uttryck för å-ena-sidan-men-å-andra-sidan-inställning hos den enskilde samens, där man lätt verkar hamna i en offerroll. Med detta menar jag att man förmodligen måste göra ett tydligt och medvetet val: antingen *vill* man vara en aktör på den samiska upplevelseturismens arena, eller så *vill man inte*. Vill man inte, så är det helt OK, men man kan då inte samtidigt förvänta sig och kanske till att den samiska upplevelseturismen ska utvecklas på ens egna villkor. Men vill man, är det bara att köra igång – forskningen visar att samisk upplevelseturism har en stor potential. Den behöver definitivt inte vara så stor till sin omfattning, men exklusiv och inkomstbringande. Är det något fult? Det är dags att välja väg.

Turisterna verkar onekligen vilja uppleva världsunika samiska natur- och kulturupplevelser. En ökad globalisering, EU:s regionalisering och ett ökat resande har öppnat upp för gränsöverskridande turismdestinationer. Med samernas i huvudsak goda erfarenheter av EU-samarbete, borde detta passa samisk upplevelseturism som hand i handske.

*Det handlar om att skifta fokus från hinder till möjligheter,
det handlar om respekt och kommunikation och det handlar om att göra det nu!
Jag hoppas att mitt arbete kan fungera som diskussionsunderlag och tändvätska i debatten.*

Margareta Ivarsson

REFERENSER

Andersson, Karin (2004) *Turismens drivkrafter – Turismen i Halland ur ett omvärldsperspektiv*. Kairos Future.

Berggren, Katarina. Tydén, Hans (2001) *Arbete för nöjes skull - Var finns de nya jobben inom upplevelsenäringen?* AMS. ISSN 1401-0844

Kairos Future (2005) *Turismen i Halland*.

Kjellström, Rolf (2000) *Samernas liv*. Carlssons ISBN 91-7203-93-02

Kuoljok Huuva, Stina (2006) *Samisk turism i renskötselland*. Umeå Universitet, Kulturgeografiska institutionen

Lundmark, Lennart (1999) *Så länge vi har marker – Samerna och staten under sexhundra år*. Prisma. ISBN 91-518-3453-7

ETOUR info. (2006) *Sami tourism helps to increase knowledge about Sami culture*. May

ETOUR news. (2006) Nr 2 Oktober.

ETOUR news. (2007) *Alpina VM I Åre – ETOUR tittar närmare på effekterna* Nr 1 Juni

ETOUR (2001) *Fakta turism. Forskning om samisk turism*. #3

Fjällmistra (2006) Fjällfokus nr 28 juni

FjällMistrarapport (2004) *Förekomsten av jakt och fisketurism i fjällsamebyarna*. Rapport nr: 4 ISSN 1652-3822.

Olsen, Kjell (2006) *Making Differences in a Changing World: The norwegian Sámi in the Tourist Industry*. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism Volume 6 Issue 1.

Pettersson, Robert. (2001) *Förutsättningar för turism i Sameland - En översikt med jämförelser från Kanada* ETOUR. Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet

Pettersson, Robert. (2003) *The winter festival in Jokkmokk – A Development from Trading Place to Sami Tourism Event*. ETOUR

Pettersson, Robert. (2004) *Sami Tourism in Northern Sweden. Supply, Demand and Interaction*. Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet

Pettersson, Robert. Lindahl, Per. (2002) *Turism – hot eller möjlighet för den samiska kulturen. Slutrapport för projektet "Ökad kunskap genom turism"* ETOUR

Pettersson, Robert Lindahl, Per (2005) *Intressanta mötesplatser mellan samer och allmänhet. Slutrapport för projektet "Ökad kunskap genom turism II"* ETOUR.

Tuulentie, Seija (2006) *The Dialectic of Identities in the Field of Tourism. The Discourses of the Indigenous Sámi in Defining their own and the Tourist's Identities..* Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism Volume 6 Issue 1.

Viken, Arvid. Müller, Dieter K. (2006) *Introduction: Tourism and the Sámi.* Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism Volume 6 Issue 1.

Viken, Arvid. (2006) *Tourism and Sámi Identity – An Analysis of the Tourism-Identity Nexus in a Sámi Community.* Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism Volume 6 Issue 1.

Sametinget. (2005) *Samiskt näringsliv i svensk regionalpolitik – med anknytning till EU:s regionalpolitik och strukturfonder.*

Sametinget. (2006) *Näringspolitisk strategi för Sametinget.* Antagen av Sametingets plenum 10-24—26 (innehållande Statistikunderlag och omvärldsbeskrivning till Sametingets arbete med en näringspolitisk strategi)

Sköld, Peter & Axelsson Per (2005). *Igår, idag, imorgon – Samerna, politiken och vetenskapen.* Centrum för samisk forskning. ISBN 91-974468-3-1.

Stiftelsen Gaaltije. (2006). *Arena Sàpmi, Samiska turist- och upplevelseprodukter. EU-projekt 2006-2007.*

Omma, Sara, (2007) *Unna Cearus (Sörkaitum Sameby) Samla samepoäng, Sveriges Natur 2-07*

Webbplatser

Ersnäs Byaförening

[On-line]. Available www.ersnas.se [2007-07-26] Besöksadress Ersnäs

Etour

[On-line]. Available www.etour.se [2007-07-27] Turismforskningsinstitutet ETOUR vid Mittuniversitetet.

Gaaltije, sydsamiskt kulturcentrum

[On-line]. Available: <http://www.gaaltije.se> *Arena Sàpmi - ett upplevelseprojek* [2007-07-24].

Gulex Sverige

[On-line]. Available: www.gulex.se [2007-07-15].

Hitta företaget

[On-line]. Available: www.hittaforetaget.se [2007-07-15].

Jokkmokks marknad

[On-line]. Available: <http://www.jokkmokksmarknad.se> eller <http://www.jokkmokksmarknad.com> [2007-07-26].

Krokoms kommun

[On-line]. Available:

<http://www.krokom.se/index.asp?navid=namn=Samisk%20media,%20konst%20o%20kultur&niva=undefined> [2007-07-15].

Luleå Tekniska Universitet

[On-line]. Available www.ltu.se). [2007-07-20]

Laila Wilks

<http://www.lailawilks.se> [On-line]. Available: [2007-07-24].

Malå kommun [On-line]. Available: <http://www.mala.se/?id=4288> [2007-07-15].

Mittuniversitetet

[On-line]. Available: http://www.miun.se/mhtemplates/MHNewsPage_21892.aspx [2007-07-15].

Nationalencyklopedin

[On-line]. Available www.ne.se [2007-07-20]

Naturens Bästa

[On-line]. Available: <http://www.naturensbasta.se/arrangemang> [2007-07-24].

Norrbottensfjällen

[On-line]. Available: <http://www.fjallen.nu> [2007-07-27].

Oddasat

[On-line]. Available: www.svt.se/oddasat [2007-07-26].

Padjelantaleden

[On-line]. Available: <http://www.padjelanta.com/se/index.asp> [2007-07-27].

Ran sameby och Vindelfjällens Samecenter. [On-line]. Available: <http://www.samecenter.se/> [2007-07-24].

Restauratören

[On-line]. Available: <http://www.restauratoren.se/zino.aspx?articleID=8262> [2007-07-24].

Samernas riksförbund

[On-line]. Available:

http://www.sapmi.se/webb/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=0 [2007-07-24].

Sametinget Sverige

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.se> [2007-07-25], [2007-08-24]

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.se/1058> Näringspolitik [2007-07-23].

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.se/1532> Kompetensutveckling [2007-07-23].

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.se/2399> Traditionell kunskap [2007-07-23].

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.se/1967> Samiskt kulturarv [2007-07-23].

Sametinget Norge

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.no/artikkel.aspx?MIId1=1&AId=1790&back=1> [2007-07-23].

[On-line]. Available: <http://www.sametinget.no/artikkel.aspx?MIId1=1&AId=210&back=1>
Samisk utviklingsfond [2007-07-23].

Same Ätnam

[On-line]. Available: <http://www.sameatnam.se> [2007-07-24].

Samiskt Informationscentrum [On-line]. Available:

http://www.samer.se/servlet/GetDoc?meta_id=1215 [2007-07-23].

Skogssamerna

[On-line]. Available: <http://www.skogssamerna.se> [2007-07-24].

Tidningen Samefolket

[On-line]. Available: <http://info.samefolket.se/> [2007-07-24].

Travel News

[On-line]. Available: <http://www.travelnews.se/nyheter.asp?version=16486> *samisk tradition blev turistattraktion* [2007-07-24].

[On-line]. Available: <http://www.travelnews.se/nyheter.asp?version=23362> *SAME SAME but different.* [2007-07-24].

Viktoria Harnesk Jojk och samekultur [On-line]. Available: <http://www.vhjojk.se/> [2007-07-24].

Västerbottens Kuriren

[On-line]. Available: <http://www.vk.se/Article.jsp?article=101678> [2007-07-24].

Samisk kultur - ett kort i Europaleken.

CD-skivor

Dálveleaikkat, Nils-Aslak Valkeapää, Johan Anders Baer, Seppo Paakkunainen, Esa Kotilainen, 1994

Gula Gula, Marie Boine, 1989

Leahkastin, Marie Boine, 1994