



Universitetet
i Stavanger

NORSK HOTELLHØGSKOLE BACHELOROPPGAVE

STUDIUM: Reiselivsledelse - Bachelorstudium	OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE FAGOMRÅDE: Host – Guest Encounters
ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL? Nei (NB! Bruk rødt skjema ved konfidensiell oppgave)	
TITTEL: Urbefolkning og kulturformidling	
ENGELSK TITTEL: Indigenous peoples and cultural communication	

FORFATTER(E)(NB! maks tre studenter pr oppgave):			VEILEDER:
Kandidatnummer:	Studentnummer:	Navn:	
5503	218417	Margunn Langevei Hagen	
.....	
.....	Leif Selstad
.....	

UNIVERSITETET I STAVANGER
Norsk Hotellhøgskole: Reiselivsledelse



Uis Logo [bilde] 2009

URBEFOLKNING OG KULTURFORMIDLING

BRLBAO

Bacheloroppgave, Reiselivsledelse

Oppgavens omfang: 8886 ord

Juni, 2022

Margunn Langevei Hagen

Sammendrag

Studien inngår i fagfeltet Host - Guest Encounters, med fokus på urbefolkningers kulturformidling. Ut fra problemstillingen: *Hvordan bør samenes kultur formidles for turister i Norge?* forsøker studien å svare på hvordan samenes kultur kan formidles på en pedagogisk og respektfull måte til besøkende, og på denne måten gi turister en positiv, kulturell læringsopplevelse uten at det går på bekostning av samenes integritet. Problemstillingen besvares ved å ta for seg både urbefolkningers- og turistenes syn på egen kultur, og deres erfaringer med kulturformidling. Oppgaven er en litteraturstudie, og studiens data består av 8 artikler. Gjennom grundig analyse og drøfting av data opp mot relevant teori, konkluderes det med at kulturformidling blant urbefolkning er et komplisert tema, og det er ingen klar fasit for hvordan samenes kultur bør formidles for turister i Norge. Pedagogisk læring, i form av storytelling og samhandling, har vist seg å være positiv for både urbefolkning og turister, der urbefolkningen får fortalt sin egen sannhet, og samtidig lærer opp turistene så de kan oppnå en felles forståelse. Bruk av storytelling og samhandling i kulturformidlingen kan dermed være en god framgangsmåte for at samer og turister kan oppnå en felles forståelse for samenes kultur.

Abstract

This study is written within the field of Host - Guest Encounters, focusing on indigenous peoples cultural dissemination. With the research question: *How should Sami peoples' culture be conveyed to tourists in Norway?*, the study attempts to give an answer as to how the Sami peoples culture can be conveyed to visitors in an educational and respectful way, and in this way give tourists a positive, cultural experience without compromising the integrity of the Sami peoples. The research question is answered by addressing the cultural view of both indigenous peoples and tourists, and their experiences with cultural dissemination. This study is a literature review, and the data of the study consists of 8 articles. Through thorough analysis and discussion of data and theoretical foundation, the study concludes that cultural dissemination is a complicated subject, and there is no clear answer to how Sami peoples' culture should be conveyed in Norway. Pedagogical communication, through storytelling and interaction, has shown to be positive for both indigenous peoples and tourists, where the indigenous peoples teach tourists in order to achieve a mutual understanding. Use of storytelling and interaction can thus be a good approach for Sami peoples and tourists to gain a mutual understanding of the Sami culture.

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	2
Abstract	2
1 Innledning	4
1.1 Bakgrunn og begrunnelse for valg av tema	4
1.2 Problemstillingen	4
1.3 Avgrensning og presisering	4
1.4 Definisjon av begreper	5
1.5 Oppgavens hensikt	5
1.6 Oppgavens disposisjon	5
2 Teori	6
2.1 Sàpmi	6
2.1.1 Samenes historie i Norge	6
2.1.2 Samisk kultur, natur og turisme	6
2.2 Turisme	7
2.2.1 Urbefolkningsturisme	7
2.2.2 Autentisitet og stereotypier	8
2.2.3 Storytelling	8
2.2.4 Teknologi som informasjonsformidling	9
3 Metode	10
3.1 Om metodene	10
3.1.1 Litteraturstudie	10
3.1.2 Kvalitativ og kvantitativ metode	10
3.2 Søkeprosessen	11
3.2.1 Søkeresultat	12
3.3 Analyse av data	13
4 Resultater	17
4.1 Autentisitet	17
4.2 Informasjon gjennom pedagogisk læring	18
4.3 Empowerment gjennom turisme	20
5 Drøfting	22
5.1 Drøfting av metode	22
5.2 Drøfting av funn	22
5.2.1 Autentisitet	22
5.2.2 Informasjon gjennom pedagogisk læring	23
5.2.3 Empowerment gjennom turisme	25
5.2.4 Konklusjon av funn	26
6 Avslutning	28
6.1 Oppsummering og konklusjon:	28
6.2 Refleksjon	28
Kilder	29

1 Innledning

1.1 Bakgrunn og begrunnelse for valg av tema

Gjennom studier i reiselivsledelse har jeg sett at det finnes mange eksempler på urbefolkninger og kulturer som forandrer seg for å tilpasses bedre til turistenes ønsker, og som da etter hvert blir en masseproduksjon av noe som ikke lenger er så spesielt (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 145). Den samiske kulturen har blitt undertrykt i Norge i mange år, og de lever en mye mer moderne livsstil enn de gjorde før i tiden. Likevel er det en tradisjonsrik kultur som vi bør bevare, og en kultur som mange er interessert i å oppleve mer av (Lyngnes, 2007, s. 122; VisitNorway, u.å.). Jeg har tidligere både besøkt og skrevet skoleoppgaver om urbefolkninger andre steder i verden, der jeg har opplevd både negative og positive aspekter gjennom deres kulturformidling i møte med turisme. Samene har jeg hatt veldig lite kunnskap om, og ettersom samene er en urbefolkning som er bosatt i Norge, har jeg blitt svært interessert i å undersøke hvordan samisk kultur blir presentert for besøkende.

1.2 Problemstillingen

Samenes historie og undertrykkelse har preget den samiske befolkningen i Norge på flere måter, og kulturformidling for turister kan dermed være vanskelig å få formidlet. Dette gjelder særlig om det er en forventning om at samene skal tilrettelegge kulturen for turistene (Lyngnes, 2007, s.122). Men turisme kan også gi en økt forståelse, og med slik kunnskap kan turistenes oppførsel endres (Hinch og Butler, 1996, referert av Lovelock & Lovelock, 2013, s. 149). For at vi skal få en slik kunnskap, vil det være viktig å finne ut hvordan den samiske kulturen best kan formidles for besøkende. Jeg har derfor valgt å undersøke temaet nærmere, ved å besvare problemstillingen; *Hvordan bør samenes kultur formidles for turister i Norge?*

1.3 Avgrensning og presisering

Temaet jeg undersøker har mange nyanser og påvirkninger. For å svare på problemstillingen har jeg valgt å fokusere på hva som blir sett på som samisk kultur, virkemidler ved pedagogisk formidling, og noen aspekter ved turismen som kan påvirke samenes selvfølelse. På grunn av oppgavens omfang blir den samiske kulturen sett på mer som en helhet i turistsammenheng, og samenes kulturformidling blir analysert på en hovedsaklig generell basis.

1.4 Definisjon av begreper

Sápmi:

“den tradisjonelle betegnelsen på samenes historiske bosetningsområde” (Berg-Nordlie & Gaski, 2021). Sápmi brukes ofte som en betegnelse på samenes bosetning over landegrensene som inkluderer Norge, Sverige, Finland og Russland (Berg-Nordlie & Gaski, 2021). Jeg velger å bruke Sápmi som en betegnelse for samenes bosetning i Norge, og bruker Nordkalotten som betegnelse på bosetningene over landegrensene.

Empowerment:

Kan beskrives som en utvikling av ferdigheter for å få en styrket mulighet til å håndtere utfordringer (Sørensen et al., 2022).

1.5 Oppgavens hensikt

Formålet med oppgaven er å få en bedre innsikt i samenes kultur, og hvordan deres kultur blir formidlet for besøkende. Videre ønsker jeg også å undersøke hvordan urbefolkningers kultur kan formidles pedagogisk og respektfullt til besøkende, og hvordan dette kan brukes i de norske samenes kulturformidling i møte med turisme.

1.6 Oppgavens disposisjon

Oppgaven består av 6 kapitler; Innledning, Teori, Metode, Resultater, Drøfting og Avslutning. I teorikapitlet vil jeg presentere og tydeliggjøre det teoretiske grunnlaget. Her presenteres et utdrag av samenes kulturhistorie i Norge, og hvordan samisk kultur blir framstilt i turismesammenheng i dag. Videre tar jeg kort for meg urbefolkningsturisme på godt og vondt, før jeg kommer inn på temaet om autentisitet og stereotypier av samer. Jeg kommer så inn på storytelling som virkemiddel i kulturformidling, og også bruken av teknologi i turismesammenheng. Metodekapitlet tar for seg hva en litteraturstudie er, i tillegg til metodene som er brukt i forskningsartiklene jeg har benyttet meg av. Videre beskrives søkeprosessen. I kapitlet kalt funn beskriver jeg resultatene fra samlingen av forskningsartikler, og disse blir drøftet opp mot utvalgt teori i det følgende kapitlet. Avslutningsvis oppsummeres mine funn.

2 Teori

2.1 Sàpmi

2.1.1 Samenes historie i Norge

Fram til 1600-tallet drev alle samer med både jakt, fiske og sanking av blant annet egg og dun. De var nomader, og fulgte vandringene til villreinen fra innland til kyst, for å jakte på reinen og bytte til seg ulike varer rundt om over hele nordkalotten (Hirsti, 1980, s. 16). Etter hvert som befolkningen økte, ble samene presset bort fra flere områder, og måtte stadig betale skatter til statene, noen ganger til hele fire land, i form av blant annet reinskinn (Lyngnes, 2007, s.119). Dette førte da også til en alvorlig forminskning av villreinflokkene og andre dyreslag der pelsen ble gitt som skatt, og naturens tålegrenser ble satt på prøve. Samene måtte derfor tilpasse seg og fokusere på færre måter å livnære seg på, og dette førte til at samene fordelte seg i ulike grupper. Noen samer bosatte seg ved kysten som fiskere, noen livnærte seg på skog og jordbruk mens noen valgte å kun fokusere på reindrift, og ble flyttsamer med tamrein (Hirsti, 1980, s. 18-19). Reindriften har egentlig aldri vært dominerende som samenes beskjeftigelse, men reinsdyrene betyr mye for samene, og reindrift er sett på som en viktig samisk tradisjon med høy status. Det samiske språket og mange kulturelle aspekter er også lettere å bevare i sammenheng med reindriften (Hirsti, 1980, s. 50). På begynnelsen av 1700-tallet økte misjonsvirksomheten i Norge, og mange samiske elementer ble forbudt. Samene ble sett på som mindre verdt, og folk var generelt negative til samisk kultur (Lyngnes, 2007, s. 119-120;122). På 1800-tallet ble nye grenser mellom landene i nordkalotten laget og stengt, og med dette ble også samene tvunget til å underlegge seg ulike regler, gi avkall på sin kultur, og forholde seg til kulturen i det landet de nå skulle høre til, som dermed førte til en fornorskning av samene her til lands (Lyngnes, 2007, s. 121-122). Fra slutten av 1800-tallet og fram til andre verdenskrig var den samiske kulturen forsøkt utslettet, og samisk språk var ulovlig i skolen. Fornorskningen fortsatte utover 1950- og 60-årene, og det var ikke før i 1987 at sameloven, og senere sametinget ble opprettet, som ga samer rett til å utøve og utvikle samisk språk, kultur og levemåte (Lyngnes, 2007, s. 115; 122). Det som har skjedd opp gjennom historien har preget den samiske befolkningen på mange måter, og en bør derfor være bevisste og ta hensyn til at turisme kan skape utfordringer, spesielt om det forventes tilrettelegging av samisk kultur (Lyngnes, 2007, s. 122).

2.1.2 Samisk kultur, natur og turisme

Det er stort sett samiske aktører som står for tilrettelegging, utvikling og gjennomføring av samisk turisme i Norge nå, og man finner både samer som er fulltid og deltid i turistnæringen (Lyngnes, 2007, s. 115). De fleste foretakene baseres på reindrift, og undersøkelser viser også at turister

forventer å oppleve reinsdyr når de drar til Sápmi (Lyngnes, 2007, s. 123). Selv om de fleste reinsdyrene er på kysten om sommeren, kan turister møte på reinsdyr i samenes kjerneområder også, blant annet i innhegning ved et besøksenter i Karasjok (Lyngnes, 2007, s. 123;127). Før kristendommen, da naturreligionen sto sterkest hos samene, levde samene etter en tro der gudene også var i naturen. Naturressurser og naturkrefter hersket over mennesker, og samene hadde en enorm respekt for natur og dyreliv (Hætta, 2002, s. 236;224). I besøksenteret får man oppleve denne førkristne tiden gjennom et magisk teater, og man kan ta del i hverdagslivet til en samisk reindriftsfamilie, spise samisk mat og få sett tradisjonelle lavvoer og håndverksprodukter som duodji og kofter (Lyngnes, 2007, s. 125-127). Andre aktiviteter innen samisk turisme, er blant annet kappkjøring av reinsdyr, festivaler, museer, sametinget og kunstsenter, og det å oppleve vidda og nordlyset (Lyngnes, 2007, s. 124-125;127). Fortellinger og den tradisjonelle sangformen, joik, er viktige uttrykksformer i samisk kultur, og blir framført flere steder i turistsammenheng og hverdagsliv. Både fortellinger og joik er viktige for å formidle den samiske kulturen, og brukes mye i naturaktiviteter og besøk i lavvoer (Lyngnes, 2007, s.125-126). Duodji er det samiske håndverket, som består både av kunst, klær og bruksredskaper (VisitNorway, u.å.) Disse blir solgt flere steder i Norge, på markeds plasser langs veiene og i ulike butikker og museer (Lyngnes, 2007, s. 124). Samekniver og reinskinn er spesielt populære produkter og er sentrale på disse stedene. Koften er et av de tydeligste uttrykkene for samisk kultur, og et merke for identiteten til hver enkelt, og en kan ofte se samer med kofter i turistsammenheng (Lyngnes, 2007, s. 125-126).

2.2 Turisme

2.2.1 Urbefolkningsturisme

Opp gjennom tidene har det blitt gjort stadig mer forskning på hvordan turisme påvirker urbefolkningsgrupper, og hvordan kulturer i noen tilfeller forandrer seg og sine tradisjoner for å imøtekomme turistens ønsker (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 145). Det er i menneskets natur å være nysgjerrig på andre mennesker, og urbefolkninger blir ofte sett på som eksotiske og annerledes, og dette gjør også at mange vil se dem i sitt naturlige, uberørte samfunn. Svært mange urbefolkningsgrupper har blitt utsatt for kolonialisering, der de har blitt undertrykt og forsøkt forandret for å bli mer siviliserte og passe inn i resten av samfunnet. Det er derfor vanskelig å finne urbefolkninger som lever slik de gjorde før i tiden, fordi de har blitt kolonisert og lever på en mer moderne måte. På grunn av dette blir det argumentert at turismen nå bidrar til en ny type kolonisering, der urbefolkningene må leve opp til forventningene om tradisjonelle levemåter, for å kunne være attraktive for turister (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 149). Ved å ta utgangspunkt i Notzkes (2004) observasjoner, blir det tydeliggjort at det er en utfordring å møte turistene på denne måten uten å gå på bekostning av integriteten sin (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 151). Lovelock & Lovelock (2013) refererer til Hinch og Butler (1996), som argumenterer for positive sider ved

turisme blant urbefolkningsgrupper; Turisme kan føre til økt bevissthet og forståelse, og dette kan dermed føre til forandring i turistenes oppførsel. Videre kan urbefolkningen ha kontroll over hvordan de markedsføres, og styre hvilke opplevelser de vil gi til besøkende. Til slutt nevnes det at ved at urbefolkning engasjerer seg i turismen kan det forbedre samfunnet deres og gi dem økonomisk selvstendighet (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 149).

2.2.2 Autentisitet og stereotyper

Kultur handler i bunn og grunn om våre levemåter, blant annet hvor man bor, maten man spiser, sosiale mønster og moraler vi lever etter. Disse levemåtene går videre i generasjoner, men forandrer seg ettersom levekårene og tidene forandrer seg, og kulturen forandrer seg dermed hele tiden (Vilby, 2006, s. 18). FN og flere internasjonale assosiasjoner mener at denne utviklingen bør bestemmes av menneskene som er en del av denne kulturen, og andre kulturer bør respektere denne prosessen. Men ofte blir mennesker tvunget til å endre kulturen på grunn av samfunnets gitte utviklingsmuligheter (Vilby, 2006, s. 26-27). Autentisitet er et omdiskutert begrep som ofte brukes i kultursammenheng. Det kan dermed beskrive om kulturen er slik den gir seg ut for å være, at den er genuin og ikke bare en imitasjon av noe (Lyngnes, 2007, s. 143). Ettersom turistattraksjoner ofte er iscenesatt, kan det være vanskelig å beskrive dem som helt autentiske, men det kan likevel være iscenesatte aspekter som viser fram artefakter med dype røtter i det tradisjonelle, og dermed kan beskrives som autentiske. Det som er viktig for å unngå misforståelser blant turister og verter, er å oppnå felles forståelse for hva som er autentisk (Lyngnes, 2007, s.175-176).

I Norge er det mange stereotyper mot samer, forhåndsdomninger av hvordan samene skal se ut, hvordan de lever og hvordan de oppfører seg (Ulriksen, 2021). Fornorskningen av samene før i tiden gjorde at det samiske ble sett på som negativt, og dette har også påvirket hvordan samene ser seg selv. Stereotypene kan derfor føre til et negativt selvilde blant samene og deres kultur (Ulriksen, 2012). Som nevnt tidligere, er det ofte stereotyper om urbefolkning i verden, som eksotiske og annerledes, med mange eldre tradisjoner og som har en nær tilkobling til naturen (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 149). Noe som gjerne blir forbundet med samer er reinsdyr, og en stereotype er at alle samer driver med reindrift og bor i Karasjok og Kautokeino (Ulriksen, 2021). Det er flere kulturuttrykk vi forbinder med det samiske, men det betyr ikke at de er tydelige for hele den samiske befolkningen, og heller ikke synlige til enhver tid (Ulriksen, 2021).

2.2.3 Storytelling

Storytelling er et virkemiddel for å formidle kunnskap, for å underholde og markedsføre (Mossberg & Johansen, 2008, s. 11). Ulike historier og myter blir gjerne brukt i denne forbindelsen, og det kan formidles både muntlig, gjennom visuelle former som bilder, skriftlig, eller i andre former. Historier kan vekke frem følelser og stimulere tankene våre, og det er dermed et svært godt

virkemiddel for både markedsføring og formidling av kultur og kunnskap, derfor er det spesielt effektivt i reiselivsbransjen. Storytelling kan også skape samhørighet og dermed styrke selvfølelsen (Mossberg & Johansen, 2008, s. 11-12). Vi kan også se effekten av storytelling gjennom “word-of-mouth”, den uformelle samtalen mellom mennesker om et produkt. Hvis en person har en god erfaring om et produkt de har opplevd, og forteller om dette videre på en god måte, kan det skape en snøballeffekt, der flere folk vil oppleve produktet (Mossberg & Johansen, 2008, s. 172).

2.2.4 Teknologi som informasjonsformidling

Teknologi kan gi mange fordeler i turismebransjen. Teknologi kan brukes både til å tiltrekke besøkende, skape opplevelser og å administrere turister og destinasjoner (Benckendorff et al., 2019, s. 260). En av de mest vanlige måtene IT kan brukes i turisme, er ved å hjelpe til med ulike tolkninger og å støtte opp om ny kunnskap for besøkende. Dette kan gjøres f.eks med å inkorporere underholdning og visuelle hjelpemidler for å videreføre kunnskap (Benckendorff et al., 2019, s. 267). Mange bruker lydguider for å formidle historier på forskjellige språk, en kan skape spesielle lys-og lydeffekter, og bruke ulike apper for mobiltelefoner for visuelle omvisninger og forbedret kommunikasjon, for å nevne noen (Benckendorff et al., 2019, s. 267-268). Det kan også lages ulike videoer, informasjonskanaler og virtuelle realitetsturer (VR) for å gi besøkende en smakebit av hva som er mulig å oppleve og gi god informasjon. Gjennom slike VR turer kan både natur og kultur fremvises gjennom videoer, interaktive bilder og animasjoner (Benckendorff et al., 2019, s. 260). I tillegg kan nettsider og sosiale medier brukes for å spre informasjon om kulturer og destinasjoner, og tilby opplevelser og reisehjelp (Benckendorff et al., 2019, s. 95).

3 Metode

Metoden vi bruker i en oppgave beskriver veien vi går frem for å finne kilder og resultater til temaet vi undersøker (Dalland, 2020, s. 206). Jeg valgte å bruke litteraturstudie som metode for å undersøke valgt tema. Ettersom jeg hadde lite forkunnskaper om både samisk kultur og samer i møte med turisme, så jeg det som mer hensiktsmessig å bruke allerede gjennomført forskning. Selv om det er visse kriterier en må følge ved bruk av litteraturstudie som metode, finnes det flere måter å gjennomføre en slik oppgave, og jeg så denne metoden som et godt alternativ til å gjøre egne undersøkelser ettersom det er gjort mye forskning på temaet jeg undersøker (Johannesen et al., 2016, s. 106).

3.1 Om metodene

3.1.1 Litteraturstudie

Når en tar nytte av litteraturstudie som metode, bruker man allerede eksisterende forskning og litteratur. Man søker da opp studier ut fra det temaet en vil finne ut mer av (Dalland, 2020, s.199). En litteraturstudie skal være en rapport som inneholder problemstilling og en hensikt med studien, og forskningen som søkes frem skal gjennomgås, analyseres og drøftes (Johannesen et al., 2016, s. 106). For å gjennomføre en litteraturstudie er det visse kriterier som må oppfølges, og en må være kritisk og systematisk i både måten en velger ut forskningsartiklene, og til hvordan forskningen i artiklene er gjennomført (Johannesen et al., 2016, s. 105). Alle artiklene som blir valgt ut til analyse må inneholde forskning som er gjennomført av forfatteren av artiklene, altså må de være primærstudier. Framgangsmåten for utvalg av artiklene må beskrives, og det skal gjøres en kvalitetsvurdering og analyse av disse primærstudiene (Johannesen et al., 2016, s. 105).

3.1.2 Kvalitativ og kvantitativ metode

Mine funn innebærer forskningsartikler der enten kvalitativ metode er brukt, og i noen tilfeller en kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode. Både kvalitative og kvantitative metoder bidrar til å få kunnskap og forståelse over samfunn og enkeltmennesker på hver sin måte (Dalland, 2020, s.54). Vi kan skille dem ved å forklare dem ved at kvantitative metoder tar sikte på å måle et fenomen, som kan gi oss resultater i form av tall. Dette kan være spørreundersøkelser, der spørsmålene skal måle i hvilken grad mennesker er fornøyde med en turoperatør, og om kjønn og alder påvirker dette (Dalland, 2020, s. 54-55). De kvalitative metodene er hensiktsmessige å bruke hvis en vil undersøke et tema dypere, og gjerne finne ut av følelser, tanker, meninger, erfaringer og

egenskaper. Denne metoden brukes dermed hvis en ønsker data som ikke er målbare (Dalland, 2020, s. 54-55).

3.2 Søkeprosessen

Det første søket etter begrepet “cultural communication” førte til hele 1 610 468 søketreff i databasen Oria. Som forventet ble dette søket alt for stort, og det var dermed behov for å lage en søkestrategi med kriterier for hvilke funn som kunne være aktuelle. Disse kriteriene vises i tabell 1.

Inklusjonskriterier	Eksklusjonskriterier
Artikler fra fagfelleverderte tidsskrift	Alt materiale som ikke er fagfelleverdert
Artikler skrevet på engelsk eller skandinaviske språk	Artikler på andre språk enn engelsk eller skandinaviske språk
Primærstudier med kvalitativt og/eller kvantitativt design	Litteraturstudier, sekundærstudier og annet materiale som ikke er artikler med kvantitativt eller kvalitativt design
Artikler som er publisert innenfor de siste 10 årene (2012-2022)	Artikler publisert før 2012
Studier med fokus på urbefolkning, formidling av kultur, empowerment og autentisitet	Studier med fokus på helse, utdanning og livsvalg

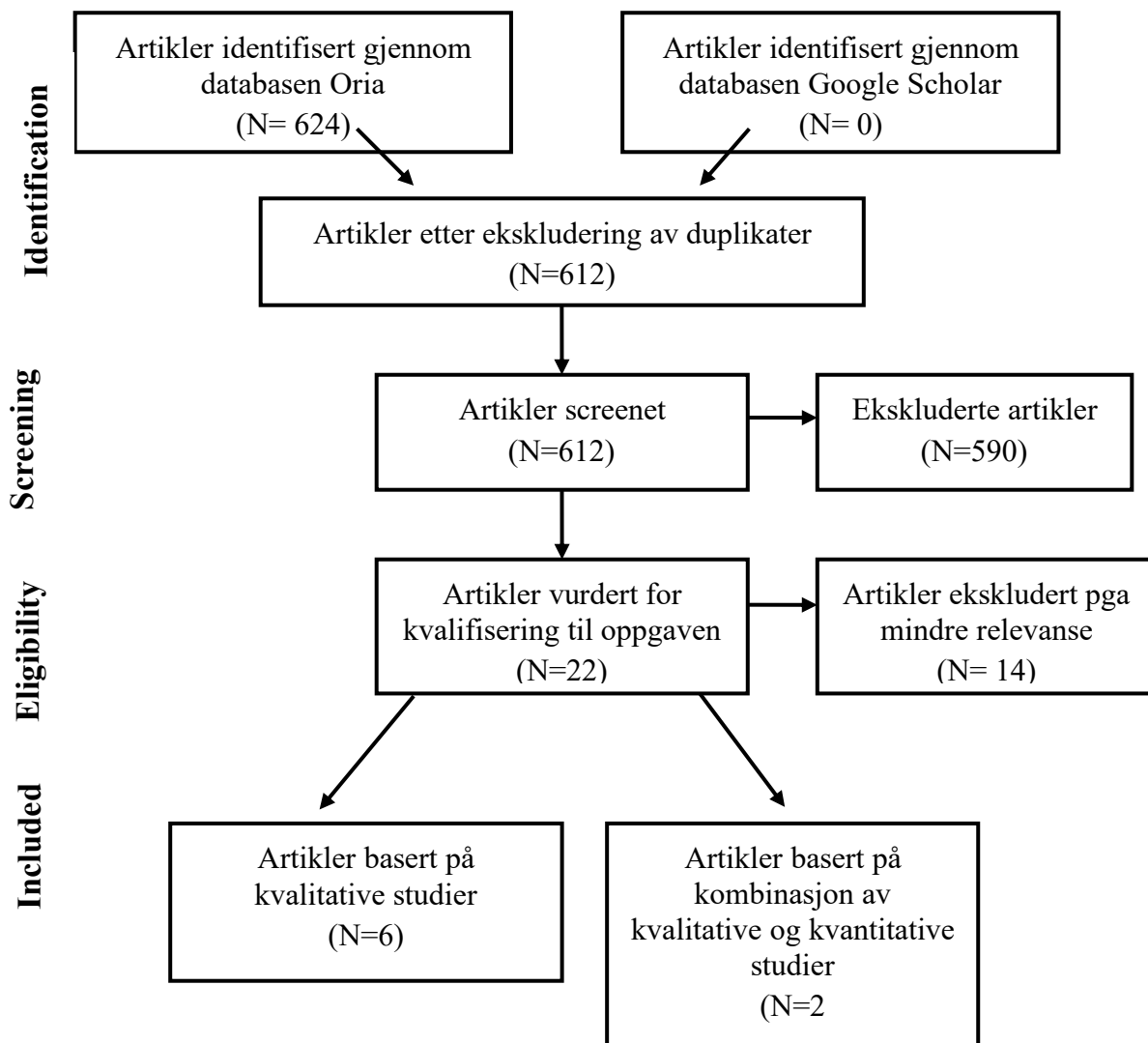
Tabell 1: Inklusjons- og eksklusjonskriterier

Jeg startet med å gjøre søk i både Google Scholar og universitetsbibliotekets database Oria, men fant ut at Google Scholar ikke var hensiktsmessig for mine søk, ettersom jeg ikke fant noen indikatorer på om artiklene var fagfelleverderte. I Oria kan man velge å kun vise artikler fra fagfelleverderte tidsskrifter, og måten man kan innsnevre søkene til å passe mine inkluderings- og ekskluderingskriterier gjorde nok også at søkene mine ble mer systematiske og tidsbesparende. Likevel var det vanskelig å finne artikler som virket relevante nok for min problemstilling, og jeg prøvde mange ulike søk for å lande på de utvalgte artiklene. I Oria kan man gjøre avanserte søk der man kan plote inn “OG” eller “ELLER” mellom søkeordene, fordi det kan eksistere flere begrep for enkelte ord. Noen ord, som tourism, ble forkortet med stjerne etter touris*, for å inkludere flere artikler innenfor blant annet tourist og tourism. Søk med både norske og engelske ord ble gjort. Videre avgrenset jeg søket til å kun inneholde artikler publisert de siste 10 årene, for å få de mest relevante og oppdaterte resultatene, ettersom forskning og teorier kan ha endret seg mye opp gjennom tidene. Kun artikler fra fagfelleverderte tidsskrift ble vurdert. I begynnelsen var alle resultater som ikke omhandlet samer utelukket, men etter nøyere vurdering ble artikler som omhandlet andre urbefolkninger også inkludert. Dette på grunn av at andre urbefolkningsgrupper

kan ha mer erfaring i møte med turisme, og at disse funnene dermed kan ses på som svært relevant også for min problemstilling. Søkene ga meg kun aktuelle artikler skrevet på engelsk, og jeg brukte derfor kun engelske søkeord etterhvert. Etter å ha vurdert artikler funnet med mange ulike søkeord, ble det klarere for meg hvilke søkeord som ville være hensiktsmessige å bruke for å finne de mest relevante.

3.2.1 Søkeresultat

Letingen endte med disse søkeordene; “touris* OG sami”, “touris* OG Finnmark”, “sami OG identity”, “indigenous OG touris* OG empower*”, og “indigenous OG touris* OG storytelling”. Dette ga 624 fagfellevurderte artikler. 12 av disse ble fjernet fra utvalgsprosessen på grunn av duplikasjon. Deretter ble artiklens titler og sammendrag screenet ut fra nevnte inklusjons- og eksklusjonskriterier (tabell 1). De gjenværende 22 artiklene ble grundig analysert og vurdert, og 14 artikler ble fjernet. Til slutt sto jeg igjen med 8 utvalgte artikler; 6 kvalitative studier og 2 studier gjort med både kvalitative og kvantitative studier. En oversikt over søkeprosessen vises i figur 1, PRISMA Flow chart (Moher et al., 2009)



Figur 1, PRISMA Flow chart (Moher et al., 2009)

3.3 Analyse av data

For å analysere dataene leste jeg nøye gjennom artiklene flere ganger, og satte meg inn i hvem informantene er, og i hvilken setting studiene er gjort. De fleste av artiklene omhandler samer, der det enten blir undersøkt angående identitetsspørsmål i hverdagslivet eller samer i turismebransjen. Noen artikler omhandler også urbefolkning i andre land, henholdsvis New Zealand og Australia (Howison et al., 2017; Travesi, 2018). Alder og kjønn var ikke noe jeg fokuserte på i analysen, ettersom dette ikke ville ha betydning for å svare på problemstillingen. Jeg valgte å trekke ut kun de dataene som jeg så som relevant for mitt tema, altså det som hadde med urbefolkning, kultur og identitet, urbefolkningsturisme og kulturformidling. For å få bedre oversikt og samle datatene, valgte jeg å sortere datene inn i 3 kategorier; Autentisitet, Informasjon gjennom pedagogisk læring, og Empowerment gjennom turisme. Dette gjorde at jeg bedre kunne se en rød tråd i studiene, og det hjalp meg også til å bedre kunne drøfte dataene opp mot teori for å finne svar på problemstillingen. Under ligger en oversiktstabell over de åtte utvalgte artiklene.

A1: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Chen, J.S., Wang, W., Jensen, O., Kim, H. & Liu, W. (2021). Perceived impacts of tourism in the Arctic.	Hvilken innvirkning turisme har på befolkning og natur i Finnmark.	Å avdekke både positive og negative sider ved turisme i Finnmark og om turismen her kan ses på som bærekraftig.	Kvalitativ; individuelle intervjuer.	N=68. 27 turister, 21 ledere i turistbransjen og 20 innbyggere i Finnmark, Norge.	Oria
A2: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Howison, S., Higgins-Desbiolles, F. & Sun, X. (2017). Storytelling in tourism: Chinese visitors and Māori hosts in New Zealand.	Formidling av kultur gjennom storytelling.	Å få informasjon om hvordan storytelling blir brukt i turisme hos Māori urbefolkningen, og hvordan dette fungerer i møte med kinesiske turister for å skape et best mulig samarbeid.	Kvalitativ og kvantitativ; spørreskjema, intervju med fokusgruppe og individuelle intervjuer.	N= 103. 98 kinesiske turister deltok på spørreskjema, 2 bedriftsrådgivere med Māori bakgrunn deltok i fokusgruppeintervju og 3 individuelle intervjuer med ledende	Oria

				forretningsfolk med Māori bakgrunn. All datainnsamling gjort på New Zealand.	
A3: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Jaeger, K. & Mykletun, R. (2013). Festivals, Identities, and Belonging.	Hvordan festivaler kan bringe mennesker sammen og påvirke deres identitet og kultur.	Undersøke hvordan mennesker kan uttrykke sin kultur og identitet gjennom festivaler, og om festivaler kan inspirere og styrke ulike områder og kulturer.	Kvalitativ; individuelle intervjuer.	N=32. 3 festival initiativtakere, 6 festivalorganisatører, 4 frivillige, 7 ansatte i turistbransjen, 9 kommuneansatte, 3 festivaldeltakere.	Oria
A4: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Leu, Eriksson, M., & Müller, D.K. (2018) More than just a job: exploring the meanings of tourism among Indigenous Sámi tourist entrepreneurs	Samiske gründere I turistbransjen, formidling av samisk kultur og bærekraftig turisme	Undersøke fordelene ved samisk involvering i turisme, ved å se på sosiale og kulturelle aspekter ved turismen.	Kvalitativ; halvstrukture intervjuer.	N=13. 13 Samiske gründere i turistbransjen.	Oria
A5: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Mathisen, L., Carlsson, E.	Hvordan samisk ungdoms	Få mer innsikt i hvorfor flere samer flytter fra	Kvalitativ; Halstrukture	N=14. 9 informanter fra Finnmark	Oria

& Sletterød, N.A. (2017). Sami Identity and Preferred Futures: Experiences among Youth in Finnmark and Trøndelag, Norway.	syn på deres identitet påvirker valg av utdanning, jobb og bosted.	de samiske kjerneområdene, og hva unge samer tenker om samisk levemåte og arbeidsplasser i Sápmi.	intervjuer, derav 9 individuelle intervjuer og 1 gruppeintervju med 5 deltakere.	(individuelle intervju) og 5 informanter fra Trøndelag (gruppeintervju) . 8 jenter og 6 gutter mellom 18 og 31 år. Av informantene fra Finnmark har 4 av dem samiske foreldre på begge sider og samisk morsmål, mens resten har samisk som andrespråk. Alle informantene fra Trøndelag har samiske foreldre på begge sider.	
A6: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Nystad, K., Spein, A.R., Balto, A.M. & Ingstad, B. (2017). Ethnic identity negotiation among Sami youth living in a majority Sami community in Norway.	Samisk identitet og etnisk stolthet	Å undersøke hva samisk ungdom i Norge legger i det å være samisk, hvordan de vurderer sin egen identitet, og hva som gjør en stolt over sin samiske bakgrunn	Kvalitativ; individuelle intervjuer.	N=22. Samiske ungdommer mellom 13 og 19 år, 11 jenter og 11 gutter.	Oria
A7: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Olsen, L.S. (2016). Sami tourism in	Konflikter og samarbeid mellom	Undersøke hvorfor det er utfordringer innenfor	Kvalitativ; dybdeintervjuer.	N=27. Interessenter innenfor samisk turismeutvikling	Oria

destination developmen t: conflict and collaboratio n.	samiske reiselivsakt ører, destinasjons utvikling og markedsføri ng.	samarbeidet mellom samiske reiselivsaktører, og hva som skal til for å videre utvikle reiselivet i samiske områder i Norge og Sverige.		, derav lokale og regionale destinasjonssels kaper og instanser, samiske turistorganisasjo ner og forretninger, representanter fra samisk reindrift, og prosjektstartere innen samisk turisme.	
A8: Forfattere, årstall og tittel	Tema	Hensikt	Metode	Utvalg	Database
Travesi, C. (2018). Knowing and Being Known. Approachin g Australian Indigenous Tourism Through Aboriginal and Non- Aboriginal Politics of knowing.	Turisme hos urbefolkning i Australia, forventninger, og kunnskap om kultur og levemåte gjennom pedagogisk læring.	Få innsikt i kompleksiteten av kunnskap om sin egen og andre folkegruppers levemåte, og hvordan utdanning gjennom turisme kan gjøres ved aktiv deltakelse.	Kvalitativ og kvantitativ; Formelle og uformelle intervjuer og skriftlige spørreunder søkelser, i tillegg til observasjon er.	N= 20 intervjuer med urbefolkning i Australia (Bardi og Jawi), derav 5 turistguider. Australiske turister ble også intervjuet og i tillegg bedt om å fylle ut spørreundersøke lse, men uvisst antall som deltok på dette.	Oria

Tabell 2: Oversiktstabell over utvalgte artikler

4 Resultater

4.1 Autentisitet

Samiske turismegründere i Sverige forklarer hvor viktig det er for dem å formidle fakta om den moderne måten å leve på som samer, i artikkelen av Leu et al. (2018). Informantene sier at det er nettopp derfor turisme er så bra; de får vist virkeligheten av hverdagen sin, og at de ikke bor i telt og lever slik stereotypene tilsier (Leu et al., 2018, s. 1475). For å få riktig informasjon formidlet, sier informantene at det er viktig at det er samer som formidler det for å være sikker på at informasjonen er mer autentisk enn om en ikke-samisk ville formidlet det. Som en informant forklarer om reindrift; “Jeg kan fortelle mine gjester hva jeg tenker er sant. Jeg prøver å forholde meg til riktige fakta etc.” (Leu et al., 2018, s. 1476). Andre informanter forteller at det er mer ved det samiske enn reindrift, samisk håndverk er viktig for å holde enkelte tradisjoner ved like og en måte å uttrykke seg på. Tradisjonelle gjenstander kan gjøre flere sider ved samisk kultur synlig. Videre nevnes det at de kan i tillegg reise rundt med det samiske håndverket, og presentere samisk kultur og levemåte til større områder (Leu et al., 2018, s. 1476). En informant forteller også at gjennom arbeid i turistbransjen har de funnet gamle tradisjoner og mønster som de har kunnet gjenskapt i nye produkter (Leu et al., 2018, s. 1477).

I artikkelen av Mathisen et al. (2017) nevner et par av informantene at “noen mennesker er mer samiske enn andre” og “noen steder er mer samiske enn andre” (Mathisen et al., 2017, s. 126). Flere av informantene fra sør- Sápmi ser det som viktig å bevare den samiske identiteten deres gjennom reindrift, samisk utdanning og familietradisjoner, og slik kan de vise fram sin samiske identitet selv om den utvikler seg med tiden (Mathisen et al., 2017, s. 127;134). En av dem nevner også at “det romantiske bildet av samene, som bor i lavvoer og bruker tradisjonelle klær hver dag er vanskelig” (Mathisen et al., 2017, s. 128).

Også i artikkelen av Nystad et al. (2017) ble det snakket om hva som skal til for å være ekte samisk, der samiske språkkunnskaper i noen tilfeller påvirker hver enkeltes samiske identitet og fører til diskriminering av andre samer. Denne diskrimineringen har ført til at en av informantene vil forlate det samiske samfunnet (Nystad et al., 2017, s. 9-10). Flere av informantene er enige i at å kunne det samiske språket er viktig for å høre til og kommunisere i det samiske samfunnet, spesielt innenfor reindrift som en av informantene nevner; “...det er ord som forklarer ting på måter ingen andre språk kan”. En av informantene nevner også at hun har følt et sinne over at familien mistet det samiske språket i tiden forforskningen skjedde. Selv om hun mener at en kan være same

uten å snakke samisk, tenker hun at uten fornorskingen ville også hun kunne snakke flytende samisk (Nystad et al., 2017, s. 4).

Olsen (2016) nevner i sin artikkel at flere samiske turistaktører diskriminerer hverandre, er misunnelige og mangler tillit. Noen informanter nevner også at det er i Kautokeino at du finner de ekte samiske opplevelsene. Blant annet nevner en av informantene: “Vi er så arrogante her. Vi tenker at ingen andre steder er så samisk som her. Reindrift er veldig sterkt her og indikerer sosial rang” (Olsen, 2016, s. 191). Informantene sier at bevisstheten over hvordan de samiske symbolene blir brukt i markedsføring har forbedret seg, men at det er vanskelig å balansere det tradisjonelle og det moderne samiske (Olsen, 2016, s. 190-191).

I artikkelen av Travesi (2018), forteller hun at australske turister som besøkte urbefolkningsgrupper i Australia uttrykte et behov for å identifisere de positive bildene av det ‘aboriginiske’, slik som vises i turistkampanjer, der urbefolkningen lever i harmoni med naturen (Travesi, 2018, s. 287).

4.2 Informasjon gjennom pedagogisk læring

I artikkelen av Chen et al. (2021) snakker noen av informantene om viktigheten av å både lære turistene om samenes kultur, men også å være åpen for å lære om turistene, deres kultur og deres innsikt. En av informantene nevner at det er viktig å la turistene fortelle om sin kultur, og også få høre hva de liker om samenes kultur og hva de kan gjøre bedre i formidlingen for besøkende (Chen et al., s. 501) Videre i artikkelen nevner en informant at “turisme er et av de viktigste verktøyene for å bygge vår framtid... og de lokale blir mer klar over deres egen kultur” (Chen et al., 2021, s. 502).

I artikkelen av Howison et al. (2017) formidler en informant viktigheten av storytelling blant flere urbefolkningsgrupper og at det er den eldste formen for kommunikasjon blant mennesker (Howison et al., 2017, s. 334). Kinesiske turister som besøker urbefolkningen Māori i New Zealand, uttrykker at de liker historiene som blir fortalt til turistene, men at det er vanskelig å forstå alt når det foregår på engelsk og ikke deres eget språk. Noen kommenterer også at de liker videoer og animert informasjon bedre, fordi det er lettere å forstå (Howison et al., 2017, s. 333). Māori forretningseiere- og ansatte snakker mye om viktigheten av å møte turister med gode historier rundt produktet de vil vise fram. Flere av informantene legger fram nødvendigheten av å møte de besøkende med historier som turistene også kan forholde seg til og forstå i sammenheng med sine historiske erfaringer, bakgrunn og kulturer. Som en av disse Māori informantene sier; “bygg en forbindelse gjennom historien, om produktet/service som en merverdi for kunden, dette er hvor det unike ligger” (Howison et al., 2017, s. 333). En av Māori informantene forteller om hvordan

historier kan fortelles gjennom ulike medium, gjennom bilder og teknologi, også uten å bruke ord, og at dette har gitt ham en forbindelse til mennesker fra ulike deler av verden (Howison et al., 2017, s. 333). En annen informant nevner mye av det samme, og legger også til at "...turister har lyst til å kjenne historiene våre. Folk vil vende tilbake til historier og bygge sterkere kontakt med andre mennesker og kulturer" (Howison et al., 2017, s. 334). En informant tydeliggjør også hvordan teknologiske hjelpemidler har vært viktig for å overkomme språkbarrierer i storytelling, og dermed gi viktig informasjon og styrket kulturell læring (Howison et al., 2017, s. 335).

I artikkelen av Jaeger & Mykletun (2013) uttrykker en informant at opp gjennom tidene har alltid noen andre fortalt samenes historie, og derfor er påskefestivalen i Kautokeino en viktig arena for storytelling og at samene skal få uttrykke sine egne personlige historier (Jaeger & Mykletun, 2013, s. 221). Samiske turismegründere forteller mye om deres jobb som informasjonsformidlere i artikkelen av Leu et al. (2018). Her blir det blant annet nevnt at "turisme blir en kanal der en kan informere [...] uvitenhet er den absolutt verste fiende; jo mer informasjon der ute jo bedre" (Leu et al., 2018, s. 1475). I artikkelen av Mathisen et al. (2017) sier en informant at historiene hennes mor fortalte om sin samiske oppvekst har påvirket sin egen følelse av å være samisk (Mathisen et al., 2017, s. 126).

I artikkelen av Travesi (2018), er turistguidene opptatt av å vise sin kultur og levemåte som urbefolkning ved at turistene skal gjenta deres handlinger. De forteller ofte historier mens de viser tradisjonelle metoder for å overleve utendørs, og ber etterpå turistene å gjøre det samme. På denne måten sier de at turistene gjenfortolker det guidene gjør og dermed får en større forståelse (Travesi, 2018, s. 281). En av guidene nevner at de forteller ikke turistene alt om dem. Noen deler at kunnskapen de innehar er låst av lover, er hellige og kun for urbefolkningen. En av informantene forteller også om hvordan de ser på seg selv som lærere og turistene som studenter. Studentene må gjøre som læreren sier, høre etter og bevise at de gjør en innsats for å forstå (Travesi, 2018, s. 284). Guidene prøver også å oversette viktige aboriginske ambisjoner videre til turistene, som å ta vare på landet, og hvorfor dette er viktig. Dette inkluderer viktigheten av respekt for begrensede områder, og spørre før en går inn på et område (Travesi, 2018, s.284). Turistene som deltar på disse omvisningene nevner at de setter pris på det pedagogiske aspektet av omvisningen, og kunnskapen guiden har til å lære bort. I tillegg nevner noen at de forstår guidens strenge framtoning og autoritet, og innrømmer at de er uvitende og trenger å lære (Travesi, 2018, s. 286). I tillegg nevner noen av de australske turistene at de mangler muligheten til å møte og samhandle med urbefolkningen og skulle ønske de lærte mer om deres kultur og historie på skolen. En av informantene sier "vi kom hit så våre barn vet, og kanskje de kan gjøre det bedre enn oss"(Travesi, 2018, s. 286-287).

4.3 Empowerment gjennom turisme

I artikkelen av Jaeger & Mykletun (2013) ser en informant påskefestivalen i Kautokeino som et sted for uttrykkelse av samisk identitet for hele den samiske nordkalotten; det er en samling “av samene, for samene og om samene” (Jaeger & Mykletun, 2013, s. 219). Gjennom festivalen sier informantene at de tar vare på og gjenoppretter deler av den samiske kulturen, som det å åpne hjemmene sine for musikere og festivalgåere, slik reingjetere gjorde før i tiden da de forflyttet seg over de ulike landene. De forteller også om tiden da joiken var forbudt, og hvordan festivalen har opprettet joiken igjen og inspirer til å skape ny joik og inspirere yngre generasjoner (Jaeger & Mykletun, 2013, s. 220). Samtidig som informantene ser på festivalen som en viktig arena som har et ansvar for å vise fram det tradisjonelle samiske, sier de også at det er viktig å ikke stagnere, og at det er greit at samiske kulturuttrykk moderniseres (Jaeger & Mykletun, 2013, s. 220).

I artikkelen av Chen et al. (2021) nevner en av informantene at turisme er veldig viktig for regionen, ettersom mange kvinner blir ansatt i turismebransjen. Samtidig gir også turismebransjen mulighet for ansettelse av innbyggere med lite eller ingen utdanning. Lokale ansatte i andre bransjer, som fiske, har brukt turisme som en tilleggsinntekt for å klare å fortsette som fiskere (Chen et al., 2021, s. 500). Videre i artikkelen nevnes det også at turismen har styrket andre arbeidsplasser også, ikke bare innenfor turismen. En av informantene nevner; “Turisme er viktig for de lokale, for å ha butikkene, matbutikker og klesbutikker, og også senteret for turistinformasjon. Det er viktig å ha turistene her. Ellers ville de ikke ha noen jobber å gå til” (Chen et al., 2021, s. 500-501). En annen informant kommer også inn på hvordan de selv, som beboere på kysten, har fått et bedre forhold til samene som kommer på sommeren. Informanten sier at på grunn av turismen har de fastboende og samene jobbet sammen, og kommet nærmere hverandre (Chen et al., 2021, s. 501). En informant nevner også at de liker å vise turistene rundt i naturen, og at på grunn av turistene tar de bedre vare på området. Samtidig er det noe misnøye, der informantene forteller om at turistene kaster søppel, ikke følger reglene og går i områder som er avgrenset og sensitive for ferdsel (Chen et al., 2021, s. 502-503).

Leu et al. (2018) sin artikkel fremviser intervjuer med samiske gründere i turistbransjen i Sverige. Her nevner informantene hvordan de har utviklet reindriften til å inkludere turisme, for å klare å opprettholde yrket som reingjetere, og at ved å være innovative har dette skapt en stolthet i dem. Ved å inkludere turisme i reindriften sier de at samer som har mindre flokker likevel kan tjene til livets opphold (Leu et al., 2018, s. 1475) Informantene snakker også om hvordan synet på turisme blant samene har forandret seg positivt etter hvert som de blir mer vant til det. Som en informant sier: “fra begynnelsen [...] kan vi føle at folk ser, det samiske folket ser litt [forsiktede ut], fordi det var ikke så mange som jobbet med Samisk turisme; men i dag har vi så mye støtte fra folk rundt

oss, de sier at vi gjør en god jobb, og det er så viktig fordi vi sier at jo mer folk som vet om oss, jo sterkere vil vi bli” (Leu et al., 2018, s. 1478).

I artikkelen av Olsen (2016) kommer det fram at flere av informantene mener at samarbeidet innenfor samiske turismeaktører ikke fungerer, og at det er mange uskrevne regler og misunnelse som gjør at samene trykker hverandre ned (Olsen, 2016, s. 191). Mangelen på samarbeid mellom de samiske aktørene gjør også at markedsføring og utvikling av turismebransjen blir vanskelig, ettersom det er mye uenighet og mangel på tillit mellom aktørene, blant annet hvem som skal sitte i styret for utvikling av samisk turisme i Nord-Norge (Olsen, 2016, s. 191). En av informantene sier at samarbeid mellom aktørene for å utvikle samisk turisme i Nord-Norge vil føre til mer respekt og forståelse for at samisk turisme kan være mye forskjellig (Olsen, 2016, s. 191). Blant de svenske informantene nevnes det at samarbeidet mellom samiske aktører og Visit Sweden er viktig for å tydeliggjøre samiske turistaktører i markedsføring, og at markedsføringen av samisk kultur gjøres på en etisk måte (Olsen, 2016, s. 189).

I artikkelen av Travesi (2018) får vi en innsikt i hvordan turistguider fra to urbefolkningsgrupper i Australia formidler sin kultur og levemåte til turister. Informantene sier at det spesielt er viktig at australske innbyggere kommer for å bli mer bevisst på urbefolkningens kultur og levemåte, og setter pris på at det blir mer interesse for urbefolkning innenlands (Travesi, 2018, s. 280). En av disse guidene uttrykker også: “Turisme for meg er å lære folk at kom til mitt land for å respektere mitt land. Så, en god omvisning er når turistene hører etter, stiller spørsmål og gjør som de blir fortalt” (Travesi, 2018, s. 284). Noen av turistene som ble intervjuet på omvisningen fortalte at de ikke følte at de hadde noen særlig kultur, og ved å lære av urbefolkningen og skape en samhandling med dem, førte til at også turistene følte at de hørte til og kunne dele deres historie (Travesi, 2018, s. 287).

5 Drøfting

5.1 Drøfting av metode

Alle artiklene som ble valgt ut til funn i denne bacheloroppgaven er fra fagfelleverderte tidsskrift. Det var en vanskelig utvalgsprosess, ettersom ikke alle artikler nevner hvilken metode som er brukt i forskningen. Flere ganger ble det derfor brukt mye tid på gjennomlesing, før disse ble ekskludert. Metodene brukt i artiklene er hovedsaklig kvalitative. Dette er bra, fordi med disse studiene kan jeg få innblikk i tanker og følelser som kvalitativ metode tilbyr (Dalland, 2020, s.54-55). På den annen side, kan også kvantitative metoder gi målbare resultat som også kan være relevante for min problemstilling. Et eksempel på dette er artikkelen av Howison et al. (2017), som inneholder en kvantitativ spørreundersøkelse av kinesiske turister i New Zealand, som ga målbare resultater over hva de forventer av kulturelle opplevelser ved besøk hos urbefolkning i New Zealand. Artiklene som ble valgt ut har både studier fra samer i Norge og Sverige, men også urbefolkningsgrupper i New Zealand og Australia. Selv om det er samene som er en del av min problemstilling, er det flere likheter med andre urbefolknings utfordringer som jeg ser som relevante å ta i forbehold når vi snakker om urbefolknings kulturformidling i turismesammenheng.

5.2 Drøfting av funn

5.2.1 Autentisitet

Autentisitet er et sentralt, men svært omdiskutert tema i kultursammenheng (Lyngnes, 2007, s.143). Ettersom kulturer forandrer seg hele tiden (Vilby, 2006, s.18) kan en spørre seg selv om det kun er det gamle, tradisjonelle, som er autentisk eller om det faktisk også bør inkludere nye måter å praktisere kulturen på. I artikkelen av Mathisen et al. (2017) ser flere av de samiske informantene det som viktig at de bevarer og viser fram sin samiske identitet, og at dette skjer gjennom blant annet reindrift, samisk utdanning og å følge familietradisjoner (s. 127). I samme artikkel sier informanter at “noen mennesker er mer samiske enn andre” og “noen steder er mer samiske enn andre” (Mathisen, et al., 2017, s.126). Slik jeg ser det, uttrykker disse informantene samiske stereotypier som undertrykker andre. Ved å uttrykke slike stereotypier, vil det da si at de som er “mer samiske” bestemmer hva som er autentisk samisk? En informant som er samisk turistaktør innrømmer selv at det er mye diskriminering og misunnelse blant samene, og at de tenker at ingen andre steder er like samisk som der de holder til (Olsen, 2016, s.91). På en måte er det fint å se at disse samene er så stolte over sin samiske kultur, og at de opprettholder flere samiske tradisjoner. På en annen side, den samiske kulturen har flere sider ved seg, og ettersom jakt, sanking og fiske var mer dominerende enn reindrift fra tidlig av (Hirsti, 198, s.16), blir det i mine øyne snevert å se på de som driver med reindrift som mer samiske. Samtidig, reindrift er sett på som en viktig samisk

tradisjon, og bidrar til å bevare flere sider ved samisk kultur, blant annet språk (Hirsti, 1980, s.50). Slikt sett er det en viktig del av det å være samisk, men med all undertrykking samer har gjennomgått opp gjennom tidene ser jeg det som synd at enkelte samer diskriminerer andre.

Fornorskingen i landet gjorde at samisk språk ikke fikk bli utøvd i norske skoler, og kun norsk språk var tillatt (Lyngnes, 2007, s.122). Nystad et al. (2017) nevner en informant som mener at en kan være same selv om en ikke kan snakke samisk, men samtidig føler hun et sinne over fornorskingen som gjorde at familien mistet det samiske språket (s.4). På en måte virker det dermed som at hun ser det som viktig for den samiske identiteten å kunne snakke samisk, ettersom hun også uttrykker at hun ville kunne snakke flytende samisk hvis ikke fornorskingen hadde skjedd (Nystad et al., s.4). Utsagnene hennes tyder på at språket ikke definerer det å være same. Samtidig nevner en annen informant at det samiske språket er viktig for å høre til og å kommunisere i det samiske samfunnet, spesielt innenfor reindrift (Nystad et al., 2017, s.4). Det er forståelig at det samiske språket ikke brukes like mye over hele landet, og at enkelte steder, særlig i samfunn der reindrift står sterkt, vil det samiske språket være nødvendig for å forklare ting og uttrykke seg skikkelig. Og når reindrift er en såpass typisk stereotypi av samer, kan det tenkes at besøkende også forventer at alle samer også skal snakke samisk språk for å bli sett på som autentisk.

Det å balansere de eldre samiske tradisjonene og det moderne samiske ser ut til å gå igjen som et tema i flere av artiklene. I artikkelen av Leu et al. (2018), snakker de samiske turistgründerne om hvor bra turisme er nettopp fordi de kan vise virkeligheten av den moderne hverdagen sin, og at de ikke lever slik som stereotypiene tilsier (s.1475). De ser på det de forteller som mer autentisk fordi det er samer som formidler sin sannhet (Leu et al., 2018, s. 1475). Her blir altså formidlingen av den moderne samiske levemåten sett på som autentisk, selv om de da forteller om en levemåte som ikke fremstiller de tradisjonelle, stereotypiske beskrivelsene av samer. På en side er det fint at den moderne levemåten blir formidlet, og det kan tenkes at nettopp denne siden av samene er det besøkende vil se på som autentisk. På en annen side, som vi ser i artikkelen av Travesi (2018), mener informantene at de har et behov for å identifisere urbefolkningen slik de er fremvist i turistkampanjer (Travesi, 2018, s.287). Balansegangen mellom å vise de eldre tradisjonene og det moderne samiske virker vanskelig å finne, og det er ikke nødvendigvis én riktig måte for samene å framstille seg i møte med turister. Selv om noen kan vise fram det stereotypiske samiske, kan andre ha problemer med å bli identifisert slik. Som en av informantene i Mathisen et al. (2017) sin artikkel sier: “det romantiske bildet av samene, som bor i lavvoer og bruker tradisjonelle klær hver dag er vanskelig” (s. 128).

5.2.2 Informasjon gjennom pedagogisk læring

Ettersom samene er en urbefolkning med mye historie på godt og vondt kan det nok også være flere måter å formidle den samiske kulturen på til besøkende. Både nordmenn og mennesker med

andre nasjonaliteter, kanskje til og med noen samer, kan ha svært lite kunnskap om samers historie og nåværende levemåte. I Leu et al. (2018) sin artikkel forteller samiske turismegründere at “turisme er en kanal der en kan informere [...] uvitenhet er den absolutt verste fiende; jo mer informasjon der ute jo bedre” (Leu et al., 2018, s. 1475). En kan virkelig betrakte dette som et sterkt utsagn, og det kan tenkes at turisme vil være en god kanal for informasjonsdeling på mange måter.

Flere informanter nevner viktigheten av å ikke bare la informasjonsformidlingen gå én vei, men å ha en samhandling med turistene. I artikkelen av Travesi (2018), blir det fortalt at guidene tar en rolle som lærer, og turistene skal være lydige elever som gjøre som læreren sier (Travesi, 2018, s. 284). Men samtidig ser de det som svært viktig at de besøkende ikke bare skal høre etter, de skal sette seg i urbefolkningens fotspor, og fysisk lære seg aktiviteter urbefolkningen gjør for å leve på tradisjonell måte, for på den måten å få bedre forståelse (Travesi, 2018, s. 281). Dette synes jeg hørtes veldig interessant ut, og jeg kan se at det kan være en svært pedagogisk måte å formidle kunnskap på. Vi hører hvordan barn lærer av å gjøre som andre, så hvorfor skal ikke det stemme for alle aldre? På en annen side, slik guidene tester turistene, kan det virke som at de vil bevise sin kunnskap om overlevelse på en overlegen måte. Svært mange urbefolkninger har vært utsatt for kolonisering og undertrykkelse (Lovelock & Lovelock, 2013, s. 149), og dette kan være en måte å vise at kolonistene tok feil. Som noen av de australske turistene sier; De forstår at guiden har en streng og autoritær framtoning, og innrømmer at de er uvitende og har behov for å lære (Travesi, 2018, s. 286). Samtidig som teknikkene og aktivitetene læres bort, blir det fortalt historier bak hvorfor urbefolkningen gjør som de gjør (Travesi, 2018, s. 281). Det er vanskelig å se for seg nøyaktig hvordan de gjør dette uten å ha opplevd det selv. Men storytelling er et effektivt virkemiddel for å formidle kunnskap, og ved å kombinere historier og praksis, kan det godt tenkes at storytelling er en bevisst taktikk for å utdanne turistene (Mossberg & Johansen, 2008, s.11).

Samhandling mellom urbefolkning og turister i kunnskapsformidling blir også nevnt i artikkelen av Howison et al. (2017). Forretningseiere med Māori bakgrunn forteller her om viktigheten av gode historier, men også å fortelle disse på en måte turistene kan koble til sine egne erfaringer (Howison et al., 2017, s. 333). Det kan tenkes at dette er en veldig god måte for å formidle kunnskap på en forståelig måte. En del av storytelling er at historiene vekker følelser og stimulerer tankegangen, og slik kan det brukes for å tilegne ny kunnskap (Mossberg & Johansen, 2008, s. 11). Samtidig kan en undre seg over om kulturen blir formidlet slik det ønskes av urbefolkningen, eller om den blir vridd om kun for å behage turistene. Går urbefolkningen på bekostning av seg selv ved å formidle på denne måten? I artikkelen av Jaeger og Mykletun (2013) forklarer en informant at påskefestivalen i Kautokeino er en viktig arena for at samene skal få uttrykke sine egne personlige historier, ettersom noen andre alltid har fortalt samenes historie opp gjennom tidene (Jaeger og Mykletun, 2013, s. 221). Ved å ta dette i betraktning, kan det å forandre historier for turistenes skyld virke

mot sin hensikt. Derimot sier en av informantene i artikkelen til Howison et al. (2017) at det er viktig å gjøre det slik for å bygge en forbindelse gjennom historien (s. 333). Chen et al. (2021) viderefremidler også tankene til informanter om hvor viktig det er å også være åpne for turistenes kultur, både for å gjøre formidlingen bra for turistene, men også for å gjøre de lokale mer klar over sin egen kultur (Chen et al., 2021, s.502). Det kan derfor tenkes at det også styrker urbefolkningen ved å møtes i formidlingen på denne måten. Dette støttes også opp av Mossberg og Johansen (2008) om beskrivelsen av hvordan storytelling kan skape en samhørighet og dermed styrke selvfølelsen (Mossberg og Johansen, 2008, s. 11).

Howison et al. (2017) påpeker språkbarrierer ved kulturformidlingen i urbefolkningsturisme. For å kunne gi viktig informasjon og god kulturell læring til mennesker med andre språk nevner en av informantene hvordan teknologiske hjelpemidler har spilt en viktig rolle i kulturformidlingen (Howison et al., 2017, s. 335). Flere turister i den samme artikkelen nevner at det er vanskelig å forstå historiene som blir fortalt når de ikke blir fortalt på deres eget språk, og at de liker bedre videoer og animert informasjon (Howison et al., 2017, s. 333). En kan undre seg over hvordan teknologi og formidling av gamle tradisjoner blant urbefolkning kan settes sammen på en naturlig måte. På besøkssenter og museum kan det tenkes at teknologi har en naturlig plass uansett, og både lydguider, mobilapper og visuelle hjelpemidler kan bidra til læring og underholdning (Benckendorff et al., 2019, s.267-268). Det kan derimot tenkes at disse hjelpemidlene kan bli forstyrrende for å få følelsen av en autentisk opplevelse hvis en skal ut i naturen og bli fortalt historier i lavvoen. På en annen side, hvis turistene får oppleve VR turer og ulike informasjonskanaler på forhånd av besøket hos samene, kan det tenkes at eventuelle språkbarrierer på selve besøket ikke vil ha så mye betydning for oppnåelsen av kunnskap og en god opplevelse (Benckendorff et al., 2019, s. 260; 95).

5.2.3 Empowerment gjennom turisme

Blant artiklene er det flere funn der turisme blir sett på som positivt i forhold til å styrke urbefolkningen (Chen et al., 2021; Leu et al., 2018; Travesi, 2018), men også funn som tyder på det motsatte (Chen et al., 2021; Olsen, 2016). I artikkelen av Chen et al. (2021) nevner informanter hvordan lokale bedrifter utenfor turismenæringen er avhengige av turister for å tjene nok til å opprettholde forretninger som kles- og matbutikker (Chen et al., 2021, s. 500-501). I tillegg har turisme skapt flere arbeidsmuligheter, blant annet for kvinner og også folk med lite eller ingen utdanning. (Chen et al. 2021, s. 500). Mange samer jobber innenfor dyrehold, skogbruk, jakt og fiske (Hirsti, 1980, s. 18-19), og det kan tenkes at flere av dem ikke har tatt videre utdanning, men heller fokusert på kunnskapen disse yrkene krever. En informant nevner i artikkelen av Leu et al. (2018) at ved å inkludere turismen i reindriften har han mulighet til å tjene til livets opphold selv med en liten reinflokk (Leu et al., 2018, s. 1475). Uten turisme kan en dermed undre seg om flere

samer hadde vært nødt til å flytte til større byer og dermed lagt fra seg mer av den samiske kulturen.

I visse tilfeller har turisme skapt negative følger. Olsen (2016) viser til informanter som opplever at det innenfor samiske turistaktører er det mye uenighet, misunnelse og mangel på tillit samene imellom, og at dette fører til at de trykker hverandre ned (Olsen, 2016, s. 191). I artikkelen til Leu et al. (2018) derimot, har flere samiske informanter rapportert at etterhvert som folk ble vant til turismen og så at samene i turistbransjen gjorde en god jobb, så opplevde de positive tilbakemeldinger og støtte fra andre samer (Leu et al., 2018, s. 1478). Det kan tenkes at samisk turisme kom brått på for noen. Det er ikke så mange år siden samenes kultur ble forsøkt utslettet i Norge, og dette er nok sterkt i minnet hos mange. En bør derfor respektere dette og være klar over at turisme kan være utfordrende for mange samer (Lyngnes, 2007, s.122). Samtidig ser vi hvordan samisk kultur utfolder seg på flere måter, og måten informantene i artikkelen til Jaeger og Mykletun (2013, s. 220) snakker om viktigheten av det å bevare, uttrykke og utvikle samisk kultur og identitet, tyder på at mange samer er ivrige etter å vise frem kulturen til flere mennesker.

5.2.4 Konklusjon av funn

Funnene viser at det er mange forskjellige meninger om hva som er autentisk samisk, både blant samene og utenforstående. Samene har ikke én stereotypisk måte å leve på, og dermed kan kulturen presenteres ulikt, ut fra hvem som formidler. Det kommer frem i funnene at noen turister har et behov for å identifisere urbefolkningen på måten de blir presentert i turistkampanjer. Samtidig synes noen samer at det stereotypiske bildet av samene oppleves vanskelig. Det kan være vanskelig å få en balanse mellom å møte turistenes forventninger uten at det går på bekostning av samisk kultur og stolthet. Dermed blir det komplisert å konkludere med en riktig måte å framstille den samiske kulturen for besøkende. Funnene gir bedre mulighet for å svare på hva som er en god formidlingsmåte. Det som går igjen, er hvor viktig det er å bruke en pedagogisk strategi for å formidle informasjon. Turistene har kanskje noen tanker om hva de kan forvente, men de kan også være fullstendig uvitende om samenes kultur. Funnene viser at det er viktig at det er samer selv som formidler sin kultur, og kan utdanne turistene gjennom samhandling for å oppnå en felles forståelse. Storytelling i ulike former synes å være et spesielt godt virkemiddel for at besøkende kan tilegne seg kunnskap, og ved hjelp av visuelle virkemidler og bruk av teknologi, kan historier og informasjon deles på tross av eventuelle språkbarrierer. Turisme viser seg å ha flere positive effekter på samene, blant annet skapes flere arbeidsplasser, og samer uten utdanning kan få en styrket posisjon i samfunnet ved å jobbe med turisme. I tillegg styrker turisme andre bedrifter utenfor turistbransjen økonomisk. Det er også funn som viser at noen samer føler seg mer godtatt i samfunnet ved å lykkes i turismebransjen. Samtidig viser flere funn at det også er baksider ved turismen, og flere samer viser til dårlig samarbeid mellom samiske turistaktører, at det finnes mye diskriminering, misunnelse og undertrykkelse samene imellom. Funnene viser at det er viktig for

informantene å bevare, uttrykke og utvikle samisk kultur og identitet, og mye tyder på at mange samer er ivrige etter å vise frem kulturen til flere mennesker, både i form av det tradisjonelle og det moderne. Men, det er viktig at samene selv får formidlet sin egen kultur, og kan gi besøkende en lærerik, underholdende og god opplevelse, uten å gå på bekostning av sin sannhet og integritet.

6 Avslutning

6.1 Oppsummering og konklusjon:

I denne oppgaven har jeg undersøkt problemstillingen *Hvordan bør samenes kultur formidles for turister i Norge?*. Jeg har tatt for meg samisk kultur og historie, sett på ulike aspekter av urbefolkningsturisme, og beskrevet virkemidler som synes hensiktsmessige å bruke ved kulturformidling. Resultatene fra studien viser at pedagogisk læring i form av storytelling og samhandling synes å være positive for både urbefolkning og turister, der urbefolkningen får fortalt sin egen sannhet og kultur, og samtidig lære opp turistene så de kan oppnå en felles forståelse. Bruk av storytelling og samhandling i kulturformidlingen kan dermed være en god framgangsmåte for at samer og turister kan oppnå en felles forståelse for samenes kultur.

6.2 Refleksjon

Kulturformidling i urbefolkningsturisme er så mye mer komplekst enn jeg så for meg i utgangspunktet, og med fornorskingen og undertrykkelsen av samer som har foregått så lenge, kan samene fremdeles være sensitive for å formidle kulturen sin til utenforstående. Også mellom samene er det uenighet om hvordan samisk reiseliv skal operere. Det vil derfor være interessant for videre forskning å gå dypere inn i temaet, og undersøke mer om hva de samiske turistaktørene som finnes i Norge i dag ønsker å oppnå gjennom turisme.

Ved å bruke metoden jeg gjorde, fikk jeg et bredere innblikk i hvordan ulike urbefolkningsgrupper formidler sin kultur, der både mennesker med bakgrunn som urbefolkning og turister som besøker urbefolkningsgrupper har delt av sine erfaringer og tanker. Det synes å være en god metode for det jeg undersøkte, ettersom jeg hadde svært lite forkunnskaper om de norske samene i turistbransjen. Med bedre kunnskap om urbefolkningers kulturformidling, kunne et kvalitativt design være en fin metode, og intervju samene der de er. Ved å gjøre slik forskning, kan turismebransjen få en bedre forståelse for urbefolkningen i Norge, og kanskje nettopp en slik kunnskap kan være hensiktsmessig for at samisk reiseliv skal kunne utfolde seg.

Kilder

- Benckendorff, P. J., Xiang, Z. & Sheldon, P. J. (2019). *Tourism Information Technology* (3.utg.). CABI.
- Berg-Nordlie, M. & Gaski, H. (2021, 28. januar). Sápmi. *Store Norske Leksikon*.
<https://snl.no/S%C3%A1pmi>
- Chen, J.S., Wang, W., Jensen, O., Kim, H. & Liu, W. (2021). Perceived impacts of tourism in the Arctic. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 494-508.
<https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1735403>
- Dalland, O. (2020). *Metode og oppgaveskriving* (7.utg.). Gyldendal Akademisk.
- Hirsti, R. (1980). *Samisk fortid, nåtid og framtid*.
- Howison, S., Higgins-Desbiolles, F., & Sun, Z. (2017). Storytelling in tourism: Chinese visitors and Māori hosts in New Zealand. *Anatolia : an International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(3), 327–337. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1318296>
- Hætta, O. M. (2002). *Samene - Nordkalottens urfolk*.
- Jaeger, K. & Mykletun, R. J. (2013). Festivals, Identities, and Belonging. *Event Management*, 17(3), 213–226. <https://doi.org/10.3727/152599513X13708863377791>
- Leu, T. C., Eriksson, M., & Müller, D. K. (2018). More than just a job: exploring the meanings of tourism work among Indigenous Sámi tourist entrepreneurs. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1468–1482. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1466894>
- Lovelock, B. & Lovelock, K. M. (2013). *The Ethics of Tourism: critical and applied perspectives*. Routledge.
- Lyngnes, S. (2007). *Kultur og turistattraksjoner*. Universitetsforlaget.
- Mathisen, L., Carlsson, E., & Sletterod, N. A. (2017). Sami identity and preferred futures: Experiences among youth in Finnmark and Trøndelag, Norway. *Northern Review (Whitehorse)*, 45, 113-139. <https://doi.org/10.22584/nr45.2017.007>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G.; Prisma Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed1000097>
- Mossberg, L. & Johansen, E. N. (2008). *Storytelling: Markedsføring i opplevelsesindustrien*. Fagbokforlaget.
- Nystad, K., Spein, A. R., Balto, A. M., & Ingstad, B. (2017). Ethnic identity negotiation among Sami youth living in a majority Sami community in Norway. *International Journal of Circumpolar Health*, 76(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/22423982.2017.1316939>
- Olsen, L. S. (2016). Sami tourism in destination development: conflict and collaboration. *Polar Geography*, 39(3), 179–195. <https://doi.org/10.1080/1088937X.2016.1201870>

- Sørensen, M., Graff-Iversen, S., Haugstvedt, K., Enger-Karlsen, T., Narum, I. G., & Nybø, A. (2022, 10. oktober). Empowerment i helsefremmende arbeid. *Tidsskriftet*.
<https://tidsskriftet.no/2002/10/kronikk/empowerment-i-helsefremmende-arbeid>
- Travesi, C. (2018). Knowing and Being Known. Approaching Australian Indigenous Tourism Through Aboriginal and Non-Aboriginal Politics of Knowing. *Anthropological Forum*, 28(3), 275–292. <https://doi.org/10.1080/00664677.2018.1486285>
- Uis logo [Bilde]. (2009). Hentet fra https://no.wikipedia.org/wiki/Fil:UiS_Logo.svg
- Ulriksen, K. A. (2021). *Stereotypier om den samiske befolkningen*. Nasjonal Digital Læringsarena. <https://ndla.no/nb/subject:1:fb6ad516-0108-4059-acc3-3c5f13f49368/topic:1:41895bd5-507d-4fd8-aa8d-8329a486ef09/topic:1:ba544743-b041-4337-826b-7f8bf2ac8563/resource:727a098d-4498-4365-ba7c-62b624d8e7e9>
- Vilby, K. (2006). *Den globale reisen* (3. utg.). Universitetsforlaget.
- VisitNorway. (u.å.). *Opplev samisk kultur*. Visit Norway. <https://www.visitnorway.no/om-norge/opplev-samisk-kultur/>