

2 Samiske medier – oppslutning, omfang og rammebetingelser

Johan Ailo Kalstad, Siviløkonom

Sammendrag

Samiske medier har hatt en positiv utvikling siden årtusenskiftet i form av tilbud, oppslutning og rammevilkår. I perioden har NRK Sámi Radio befestet sin posisjon som det prioriterte medievalget blant respondenter i Sametingets valgmannstall. Seks av ti mente i 2009 at kanalen gir den beste informasjonen om samiske forhold, mot tre av ti i 2005. Særlig har tv-sendingene stor appell, både i den samiske befolkningen og blant ikke-samer.

Samtidig har oppslutningen om ikke-samiske lokalmedier hatt en tilbakegang som informasjonskanal om samiske saker. Andelen som oppgir lokalaviser eller NRKs distriktssendinger som sin viktigste informasjonskilde om samiske saker, er halvert siden 2005. Det tyder på at NRK Sámi Radio har hatt en fremgang på bekostning av ikke-samiske medietilbud.

På avissiden har Ságat hatt en opplagsøkning på 14,7 % siden 2000, samtidig som det totale avissalget i Norge har gått tilbake. På den annen side er opplaget til det samiskspråklige avistilbudet nærmest halvert etter fusjonen mellom Min Áigi og Áššu til Ávvir. Opplaget til Ávvir var i 2009 knapt høyere enn det Min Áigi alene hadde før fusjonen med Áššu.

Bruk av Internett har vokst blant samer. Ni av ti svarer at de har tilgang til Internett, mot tre av fire i 2005. Bruken av samiske internettmedier er også i fremgang, særlig blant de yngre.

2.1 Innledning

Uavhengige medier spiller en sentral rolle som arena for meningsutveksling, belysning av viktige saker, gransking av kritikkverdige maktforhold, kulturformidling med mer. Utviklingen av samiske medier har derfor vært sentral i arbeidet for å forsvare og utvikle den samiske kulturen, helt tilbake til den første samiske avisen, *Muittalægje čuvgetusa sami gaskat*, som ble utgitt i perioden 1873–1875. Fra samisk hold har etableringen av egne medier blitt viet adskillig oppmerksomhet, og arbeidet har resultert i at man i dag har et daglig samisk medietilbud gjennom radio, tv, aviser og Internett.

Denne artikkelen søker å gi et kvantitativt bilde av dagens situasjon for samiske medier, med vekt på bruk og rammevilkår. I tråd med mandatet til *Faglig analysegruppe for samisk statistikk* gir den en sammenstilling av eksisterende statistikk. Hensikten er dermed ikke å komme med nye data. I den grad det har vært mulig, er det brukt datakilder som kontinuerlig oppdateres. Artikkelen fokuserer på medietrender fra årtusenskiftet til i dag, stort sett avgrenset av tilgangen til oppdaterte data.

Eli Skogerbø (2000) begrunner behovet for egne samiske og urfolksmedier blant annet i behovet for arenaer for politisk meningsdannelse internt i det samiske samfunn, interne samiske debatter om utvikling av språk, kultur og identitet, samt i behovet for å ha et talerør for den samiske befolkningen inn til sentrale beslutningstakere både i det samiske samfunnet og i storsamfunnet. Samiske medier har som minoritetsmedium derfor to viktige dimensjoner. På den ene siden skal de belyse saker som det samiske samfunnet selv ønsker å debattere, og være en arena for utvikling av språk og kultur. På den annen side skal de synliggjøre vesentlige forhold i det samiske samfunnet for den norske majoritetsbefolkningen.

Dette er en betydelig oppgave. Det tradisjonelle samiske bosetningsområdet i Norge strekker seg fra Elgå i Hedmark til Finnmark i nord og består av en spredt og heterogen befolkning. Flere av de samiske språkene er av UNESCO definert som truede, og mange samer behersker i dag ikke det samiske språket. På den annen side har det samiske samfunnet i Norge sett en sterk utvikling på flere områder. Flere samiske kulturutøvere og –arenaer høster i dag internasjonal anerkjennelse, og flere steder gjøres en formidabel innsats for å revitalisere samiske språk og kulturuttrykk. Samtidig foregår det i dag en omfattende debatt om hva samenes rett til selvstyre skal omfatte, en debatt der synene er mange og i mange tilfeller motstridende. Å gi et relevant medietilbud som svarer til

disse utfordringene og speiler det mangeartede samiske samfunnet, er derfor et særdeles krevende arbeid.

Satsingen på samiske medier har i løpet av det siste tiåret vært stor, godt hjulpet av en betydelig politisk støtte. NRK Sámi Radio har i dag status som egen divisjon i NRK-systemet og har et bredt tilbud med daglige tv- og radiosendinger, tekst-tv og internettsider. Men også de trykte mediene har hatt en positiv utvikling de siste årene. I 2008 realiserte Ávvir og Ságat en mangeårig målsetting om å bli dagsaviser, godt hjulpet av en økning i den offentlige pressestøtten fra 13,9 millioner til 18,9 millioner kroner det samme året. Den politiske støtten samiske medier nyter, begrunnes i deres rolle som arena for meningsutveksling og utvikling av språk og kultur. Det er derfor av betydning å undersøke i hvilken grad mediene faktisk blir brukt, og hvordan de klarer å oppfylle sin rolle, både overfor den samiske befolkningen og overfor storsamfunnet.

2.1.1 Datakilder, metode og avgrensning

Denne artikkelen tar utgangspunkt i eksisterende statistikk på feltet, hovedsakelig i form av årlige brukerundersøkelser og rapporter. Artikkelen er av hensyn til tilgjengelige data avgrenset til det som kan anses som tradisjonelle samiske medier på norsk side innen radio, tv og aviser, samt deres tilhørende internettsider. Samiske medier defineres i denne sammenheng som riksdekkende medier som mottar særskilt pressestøtte på bakgrunn av sitt samiske tilbud (Ávvir og Ságat), og kanaler som i sine vedtekter og konsesjoner er forpliktet til å gi et samisk tilbud (hovedsakelig NRK, samt til dels Radio Norge og P4). Nærradiostasjoner, magasiner, sosiale medier, skjønnlitteratur med mer er dermed ikke inkludert. Medietilbudet på svensk, finsk og russisk side av det samiske området – som også blir brukt av samer på norsk side – er heller ikke inkludert. Videre analyseres ikke allmenne norske medier i større grad. Dette er en mangel, da det er rimelig å anta at norske riks- og regionmedier har en større tyngde i storsamfunnet og dermed har konsekvenser for hvilke samiske saker som får bred oppmerksomhet.

Vi vil her fokusere først og fremst på områder som det publiseres årlig statistikk fra. I tillegg refereres det til Eli Skogerbøs rapport "Samiske medier – Innhold, bruk og rammevilkår" (2000). Denne gir den hittil mest omfattende beskrivelsen av den samiske mediesituasjonen når det gjelder bruk av samiske medier, mediens rammebetingelser og hva slags stoff

mediene publiserer. Rapporten ble utarbeidet på oppdrag av Sametinget og gir en grundig beskrivelse av mediesituasjonen ved årtusenskiftet.

I arbeidet med rapporten ble det utført en spørreundersøkelse med utgangspunkt i Sametingets valgmanntall som ble sendt ut til 3500 manntallsførte, og der 930 personer svarte. Resultatene av denne undersøkelsen ga et bilde av hvilke medier som ble ansett som samiske, og i hvilken grad disse mediene ble brukt. I tillegg gjennomførte Skogerbø en innholdsanalyse av mediene, der hun undersøkte temaer, kildebruk og dekningsområder i en avgrenset tidsperiode, samt en analyse av medienes rammevilkår.

NRK Sámi Radio foretar årlig en brukerundersøkelse som gir et oppdatert bilde av mediesituasjonen. Undersøkelsen er imidlertid først og fremst konsentrert om kanalens eget tilbud og er i mindre grad egnet til å gi et helhetlig bilde. Likevel er kanalens posisjon såpass fremtredende at undersøkelsen uansett gir et viktig bidrag. I tillegg blir det i undersøkelsen spurt om hvilke medier respondentene anser som sine førstevalg når det gjelder samiske saker. Dermed gir den en viss indikasjon på hvilke medier som prioriteres og blir hyppigst brukt i den antatte hovedmålgruppen.

Undersøkelsen har, med unntak av 2007 og 2008, brukt Sametingets valgmanntall som grunnlag for utvalg. I 2009 deltok 500 registrerte personer fra hele landet i telefonintervjuer utført av TNS Gallup. I 2007 og 2008 ga Sametinget imidlertid ikke tillatelse til å bruke valgmanntallet, og undersøkelsen tok da utgangspunkt i kommunene som på det tidspunktet kom under forvaltningsområdet for samisk språklov (Kautokeino, Karasjok, Tana, Nesseby, Kåfjord og Skånland), i tillegg til noen utvalgte kommuner (Alta, Evenes, Tysfjord og Snåsa). I 2007 stilte undersøkelsen i tillegg som kriterium at respondentene skulle snakke samisk, mens dette kriteriet ble tatt bort i 2008. Disse årene er derfor mindre vektlagt i den påfølgende gjennomgangen.

NRK Sámi Radio har gitt tilgang til resultatene fra undersøkelsene. For 2009 har vi i tillegg fått tilgang til en nedbryting av resultatene på sosiale og geografiske kategorier. Dette har ikke vært mulig å oppdrive for øvrige år.

Det største problemet med undersøkelsene til Skogerbø og NRK Sámi Radio er at de tar utgangspunkt i Sametingets valgmanntall. Dermed er det en viss sannsynlighet for at betydelige deler av den samiske befolkningen ikke er representert. Dette gjelder for eksempel mindreårige og samer som av ulike grunner ikke har meldt seg inn i manntallet. Valgmanntallet er først og

fremst et register som gir stemmerett ved sametingsvalgene, og det er rimelig å anta at ikke alle ønsker eller prioriterer å melde seg inn. Imidlertid bør dette gi grunnlag for gode indikasjoner på hvordan en betydelig målgruppe bruker media, siden det er rimelig å anta at innmeldte i valgmannstallet kanskje er noe mer opptatt av samiske samfunnsforhold enn øvrige grupper i samfunnet.

I tillegg til Skogerbøs og NRK Sámi Radios rapporter tas det utgangspunkt i NRKs årsrapporter (antall sendetimer og tematisk fordeling), Medietilsynets årlige kringkastingsrapport (antall sendetimer for Radio Norge og P4), samt pressestøtte til samiske aviser og Sigurd Høsts årlige rapport *Avisåret* (opplagstall for avisene).

2.2 Mediebruk

2.2.1 NRK Sámi Radio førstevalg om samiske forhold

Både Skogerbøs undersøkelse (2000) og NRK Sámi Radios undersøkelse indikerer at samer i hovedsak har samiske medier og ikke-samiske lokalmedier som sine viktigste mediekilder om samiske forhold. Begge undersøkelsene viser også at NRK Sámi Radio rangeres først. I Skogerbøs undersøkelse ble imidlertid lokal-/regionalaviser og NRK Sámi Radio rangert som jevnbyrdige om man også inkluderer andelene som oppga disse som sine andre- og tredjevalg.

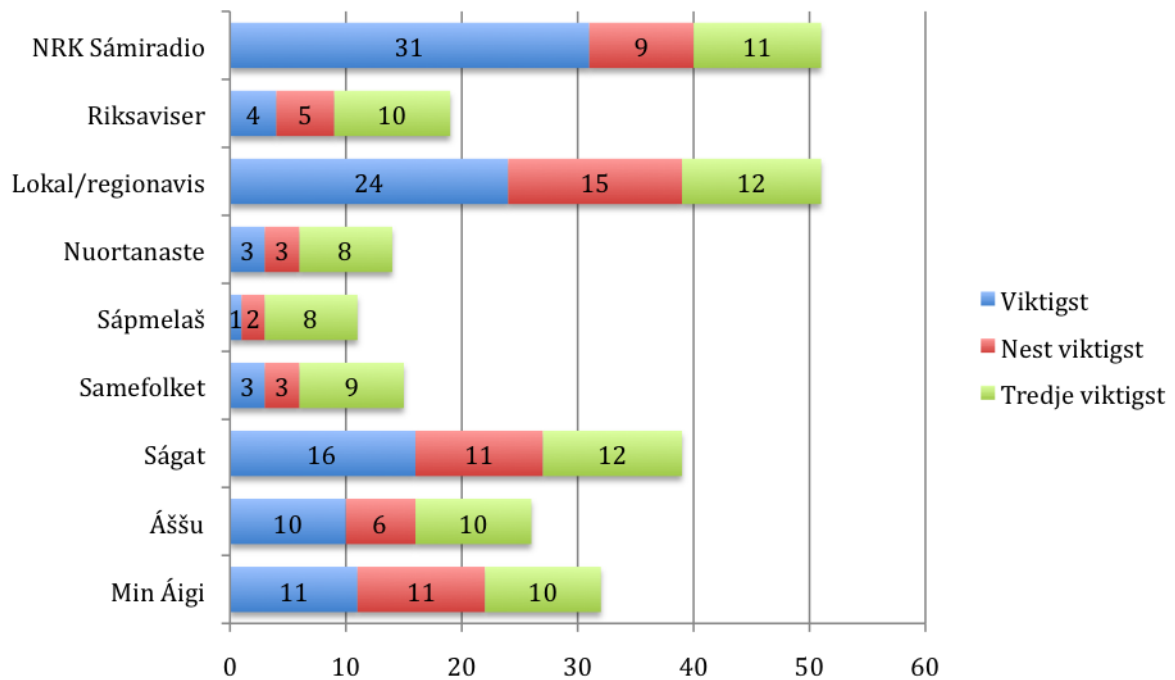
Resultatene fra Sameradioens brukerundersøkelse er likevel langt mer entydige enn funnene i Skogerbøs rapport, i favør av Sameradioens medietilbud. Sameradioens undersøkelse kan i tillegg tyde på at Sameradioens posisjon er blitt styrket i løpet av det siste tiåret, og da særlig på bekostning av lokale ikke-samiske mediealternativer.

I Skogerbøs rapport fra 2000 rangerte 31 % Sameradioen som sin viktigste kilde til informasjon, mens henholdsvis 37 % og 24 % oppga en av de daværende tre samiske avisene eller lokal-/regionaviser. I Sameradioens brukerundersøkelse fra 2009 oppga imidlertid 62 % et av Sameradioens ulike medietilbud¹ som sin viktigste kilde til informasjon om samiske

¹Inkluderer radio, tv, Internett og tekst-tv.

spørsmål, mens bare henholdsvis 6 % og 8 % svarte enten samiske aviser eller lokalaviser.

Figur 2.1 Skogerbøs medieundersøkelse. Viktigste informasjonskilde om samiske saker (2000)



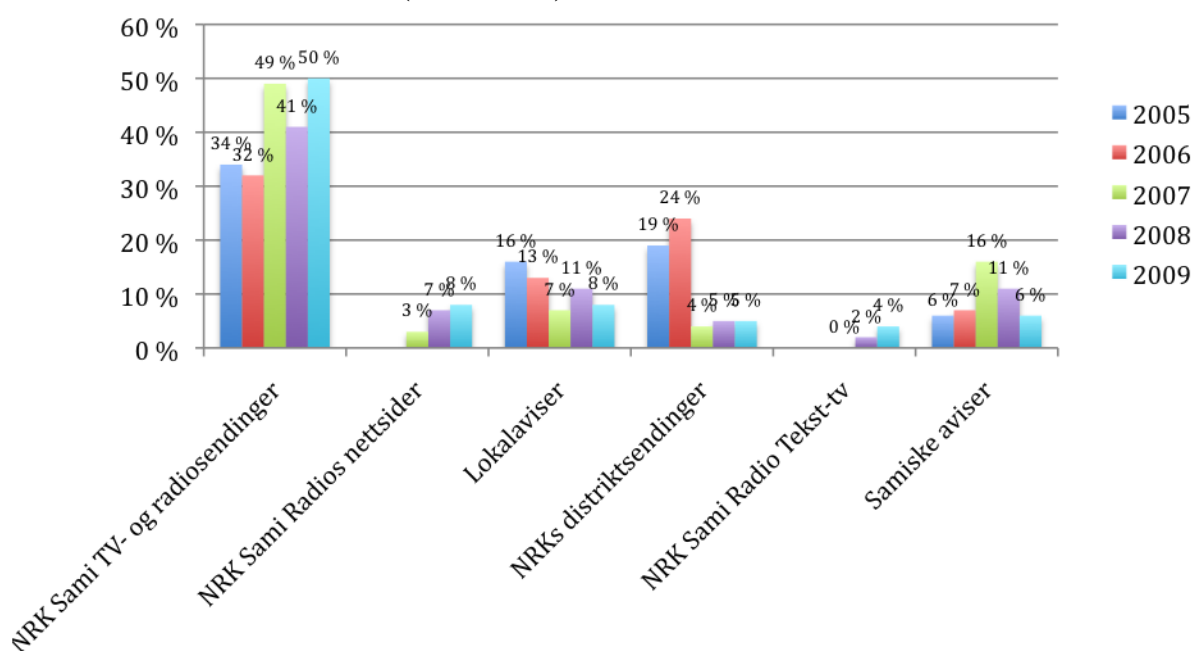
Et flertall (31 %) oppga NRK Sámi Radio som sin viktigste kilde til informasjon om samiske forhold i Skogerbøs undersøkelse. Tall i prosent. Kilde: Skogerbø (2000)

Selv om undersøkelsene ikke er direkte sammenlignbare av metodiske årsaker (ulike kategorier og nyanseforskjeller i formuleringen av spørsmålet), gir de likevel en indikasjon på at Sameradioens posisjon som formidler av samiske forhold er blitt styrket. Dette styrkes ytterligere dersom man sammenstiller utviklingen i resultatene fra Sameradioens egen undersøkelse de siste fem årene. Her ser man at andelen som oppgir Sameradioens forskjellige medietilbud, har økt fra 37 % til 62 % i tidsrommet 2005–2009. Særlig har andelen som oppga radio- og tv-tilbudet, økt betraktelig, fra 34 % til 50 %. Men også Internett har hatt en markant økning, fra 3 % til 8 %. Andelen som oppga lokalavisenes og de samiske avisenes internettilbud, var til sammenligning henholdsvis 1 % og 2 % i 2009.

Samtidig er andelen som oppga lokalaviser som sin viktigste informasjonskilde, halvert, fra 16 % til 8 %, mens gruppen som oppga NRKs distriktssendinger, gikk ned fra 19 % til 5 %. Andelen som svarte samiske

aviser, har derimot ligget rimelig stabilt rundt 6 %, med unntak av årene 2007 og 2008, da utvalget i undersøkelsen ikke er sammenlignbart med øvrige år. Det kan derfor virke som om Sameradioen først og fremst har styrket seg på bekostning av ikke-samiskspråklige lokalmedier.

Figur 2.2 NRK Sámi Radios brukerundersøkelse. Viktigste informasjonskilde om samiske saker (2005–2009)



Legg merke til at undersøkelsen i 2007 og 2008 ikke brukte Sametingets valgmannstall som grunnlag for utvalget, derfor er ikke disse årene sammenlignbare med øvrige år.

Kilde: NRK Sámi Radios brukerundersøkelser 2005–2009

Den solide posisjonen Sameradioens tv- og radiotilbud har, ser ut til å være uavhengig av sosial og geografisk tilhørighet. I Sameradioens undersøkelse fra 2009 ble det ikke funnet noen statistisk signifikante forskjeller i kjønn, alder, utdanning eller samiskspråklighet når det gjaldt rangeringen av Sameradioen som det viktigste mediet.

Av de ikke-samiskspråklige svarte 49 % i 2009 at Sameradioens tv- og radiosendinger gir best informasjon om samiske spørsmål, mens 51 % av de samiskspråklige svarte det samme. Andelen var noe høyere i Nordland og "resten av landet" (sør for Nordland), der henholdsvis 60 % og 53 % oppga dette. Til sammenligning var tilsvarende andeler i Finnmark og Troms på 45 % og 47 %. Forskjellene var likevel ikke statistisk signifikante, ifølge NRK.

Dette er et interessant resultat, sett i sammenheng med at en av Skogerbøs konkluderte med at samiske medier spilte en mindre viktig rolle jo lenger bort fra Finnmark man bevegde seg. Hennes funn viste at Sameradioen primært ble brukt i Indre Finnmark, mens det i kystområder og utenfor Finnmark var forsvinnende få som hørte eller så på Sameradioens sendinger.

Den store forskjellen mellom undersøkelsene kan likevel skyldes metodiske ulikheter – NRK Sámi Radios undersøkelse har en grovere geografisk inndeling enn Skogerbøs undersøkelse. For eksempel blir ikke Indre Finnmark skilt ut som en egen kategori. Likevel har Sameradioen siden 2000 hatt en markant styrking av sitt tilbud til ikke-samiskspråklige. Høsten 2001 startet Sameradioen daglige samiske tv-nyhetsendinger, Ođđasat, som blir teksten til norsk. I tillegg begynte Sameradioen i 2006 å publisere nyheter på norsk på sine internettsider. Sameradioen kan derfor ha styrket sin posisjon blant ikke-samiskspråklige.

Oppsummert tyder resultatene på at Sameradioen spiller den viktigste rollen som formidler av samiske saker i den samiske befolkningen, og at denne rollen er blitt styrket fra årtusenskiftet.

2.3 Radio og tv

Radio og tv har hatt en fremtredende posisjon i det samiske samfunnet siden opprettelsen av de første samiske sendingene fra NRK i 1946. I dag består det samiske etermedietilbudet i all hovedsak av NRK Sámi Radio, som har et bredt og kontinuerlig daglig medietilbud. I tillegg tilbyr Radio Norge og P4 kortere daglige radionyhets-sendinger på samisk.

Dette kapittelet gir en oversikt over den totale sendeflaten til NRK Sámi Radio (tv og radio), Radio Norge og P4, samt oppslutningen om NRK Sámi Radios tilbud (antall seere og lyttere).

2.3.1 NRK Sámi Radio

Norsk Rikskringkasting (NRK) er et såkalt public broadcasting-tilbud, som skal gi et bredt og allment tilbud som også fanger opp smale behov og minoritetsgrupper. I NRKs vedtekter slås det fast at kanalen skal gi et daglig medietilbud til den samiske befolkningen samt jevnlig tilbud til barn og unge på samisk (paragraf 3.5, NRKs årsrapport 2009). Kanalen løser dette primært gjennom sendinger gjennom NRK Sámi Radio (her brukt synonymt med Sameradioen, som er en egen divisjon i NRK).

NRK Sámi Radio er i dag den desidert største samiske medieinstitusjonen, målt i tilbud, oppslutning og ressurser. Kanalen tilbyr daglige sendinger både i radio og på tv, samt nyheter og aktualiteter på Internett og tekst-tv. Den har sitt hovedkontor i Kárášjohka/Karasjok, med distriktskontorer i Guovdageaidnu/Kautokeino, Gáivuotna/Kåfjord, Deatnu/Tana, Romsa/Tromsø, Skánit/Skånland, Divttasvuodna/Tysfjord, Snåese/Snåsa og Oslo. Sameradioen ble etablert i 1946 med Kathrine Johnsen som første programleder, og hadde da 20 minutters sendinger på samisk en gang i uken. I 1992 fikk Sameradioen opphøyet status – fra å være et distriktskontor til å bli én av fem divisjoner i NRK. I 2001 startet kanalen daglige nyhetssendinger på tv, i samarbeid med finske YLE og svenske SVT. NRK Sámi Radio hadde i 2008 74 ansatte (NRK).

2.3.1.1 *Tv-tilbud*

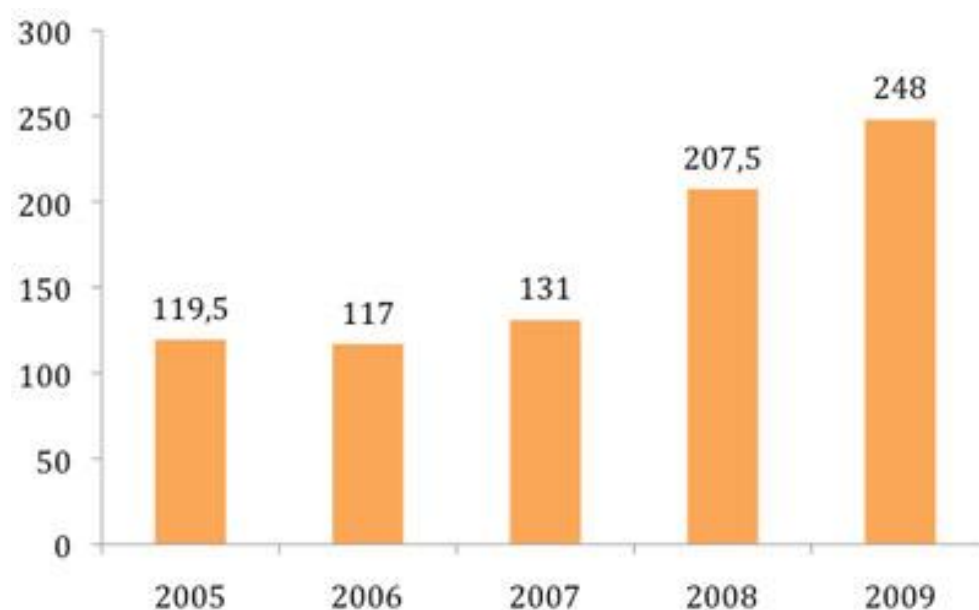
NRK Sámi Radios faste tilbud på fjernsyn består av nyhetssendingen Ođđasat og barne-tv-programmet Mánáid-tv, samt kultur- og aktualitetsprogrammet Árdna. Ođđasat sendes 15 minutter daglig på

ukedager, mens Mánáid-tv har sendinger på 15 minutter tre ganger i uken. Árdna sendes én gang i måneden, også det med en varighet på 15 minutter. I tillegg produserer NRK Sámi Radio enkeltproduksjoner, med særlig vekt på dokumentarprogrammer, som sendes med ujevne mellomrom.

2.3.1.2 Markant økt tv-sendeflate

Tv-tilbudet har hatt en formidabel økning siden 2005: Sameradioens tv-sendeflate er mer enn fordoblet. Ifølge NRKs årsrapporter har det totale tv-tilbudet økt fra 119,5 til 248 timer i året i tidsrommet 2005–2009. Det er særlig Oddasat og Mánáid-tv som står for denne økningen fra 2007 til 2009. I denne tidsperioden økte Oddasats årlige sendinger fra 85 til 142 timer, mens Mánáid-tv gikk opp fra 38 til 88 timer. Dette skyldes en økning i både antall og lengde på sendingene.

Figur 2.3 NRK Sáme Radi – TV sendinger

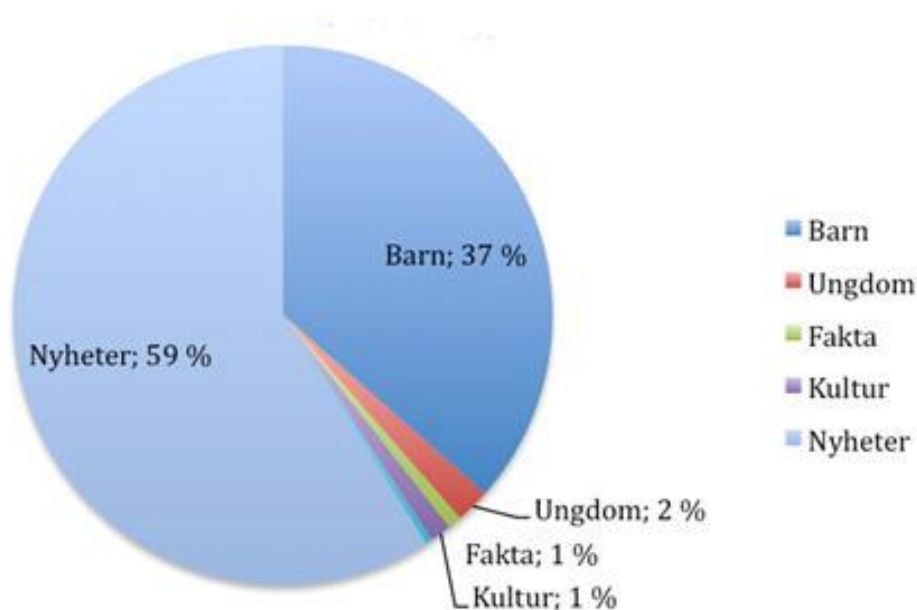


Antall timer tv-sendinger. Repriser er ikke inkludert.

Kilde: NRKs årsrapporter 2005–2009

Tv-sendingene fordeler seg i hovedsak på nyheter og barne-tv, som i 2009 stod for henholdsvis 59 % og 37 % av sendingene. Kategorien "ungdom" stod for 2 % av den totale sendeflaten, representert ved ungdomsprogrammet IZÜ-tv, som i 2009 hadde totalt ti programmer à 20 minutter. Kategorien "kultur" inneholder i hovedsak det månedlige magasinet Árdna, mens "fakta" i hovedsak var dokumentarer som ble sendt utenom NRK Sámi Radios egne tv-programmer.

Figur 2.4 NRK Sámi Radio – Tematisk fordeling av tv – sendingene 2009



Prosentvis fordeling av NRK Sámi Radios tv-tilbud etter tema. Kilde: NRKs årsrapporter 2005–2009

2.3.1.3 Stor og bred seeroppslutning

Tv-tilbudet til NRK Sámi Radio har en solid oppslutning som reflekteres gjennom relativt høye seertall og aktiv tv-titting blant de innmeldte i Sametingets valgmanntall. Det er særlig samiskspråklige og bosatte i Finnmark som ser på samiske tv-programmer, mens et overveldende flertall på tvers av alle kategorier har fått med seg minst ett av Sameradioens tv-programmer i løpet av den siste måneden.

I 2009 hadde den daglige nyhetssendingen Ođđasat i gjennomsnitt 45 000 seere, mens barneprogrammet Mánáid-tv hadde 58 000 seere (kilde: TNS Gallup). Seerne utgjør rundt 10 % av alle som så på tv i tidsrommet, dvs. i 17-tiden på hverdager. Dette tallet må karakteriseres som rimelig høyt, for eksempel sett i forhold til antall innmeldte i Sametingets valgmanntall. De høye seertallene kan derfor indikere at et betydelig antall ikke-samer følger Sameradioens tv-programmer. Dermed kan det være grunnlag for å si at NRK Sámi Radio lykkes i å være en kommunikasjonskanal mellom samer og storsamfunn. Det er imidlertid ikke gjort noen (offentlig kjente) undersøkelser som kan gi holdepunkter når det gjelder seernes etniske tilhørighet eller sosiale bakgrunn, noe som ville være ønskelig for å teste en eventuell hypotese rundt påstanden.

I Sameradioens brukerundersøkelse fra 2009 svarte 78 % at de hadde sett på ett eller flere av Sameradioens tv-programmer i løpet av de siste 30

dagene. Andelene er relativt høye på tvers av kjønn, språk, alder og geografi. Det er ifølge NRK likevel signifikant flere som ser på de samiske tv-sendingene, blant samiskspråklige og i aldersgruppen 40–59 år. Her var svarprosenten på henholdsvis 87 % og 83 %, mens svarprosenten blant ikke-samiskspråklige og i aldersgruppen 15–39 år var 61 % og 69 %. Dessuten ser vi at andelen er lavere i gruppen som bor sør for Nordland (73 %), sammenlignet med øvrige områder.

Samiskspråklige og bosatte i Finnmark ser på tv-sendingene oftere enn øvrige grupper. 77 % av de samiskspråklige svarte at de hadde sett minst én sending den siste uken, mens 24 % hadde sett samtlige fem sendinger. I gruppen for de ikke-samiskspråklige var det på den annen side 50 % som hadde sett minst én sending, mens 8 % svarte at de hadde sett alle sendingene. Blant dem som var bosatt i Finnmark, oppga 71 % at de hadde sett minst én sending, mens 28 % oppga at de hadde sett samtlige programmer. Tilsvarende for landet sør for Nordland var på 60 % og 11 %.

Tabell 2.1 Seeropplutning – NRK Sámi Radios tv-tilbud (2009)

	Siste 30 dager	Antall ganger siste uke		
		5–7	3–4	1–2
Totalt	78	23	13	22
Mann	81	28	17	24
Kvinne	76	24	17	24
15–39 år	61	23	19	2
40–59 år	83	29	18	23
Over 60 år	81	20	15	20
Finnmark	83	38	16	20
Troms	77	21	16	23
Nordland	82	25	18	25
Resten av landet	73	20	17	22
Samisktalende	87	37	18	22
Ikke-samisktalende	69	14	17	23

Tabellen viser andelen målt i prosent som har sett ett eller flere av NRK Sámi Radios tv-programmer i løpet av de siste 30 dagene, i tillegg til antall ganger i løpet av siste uke.

Kilde: NRK Sámi Radios brukerundersøkelse 2009

2.3.1.4 Radiotilbud

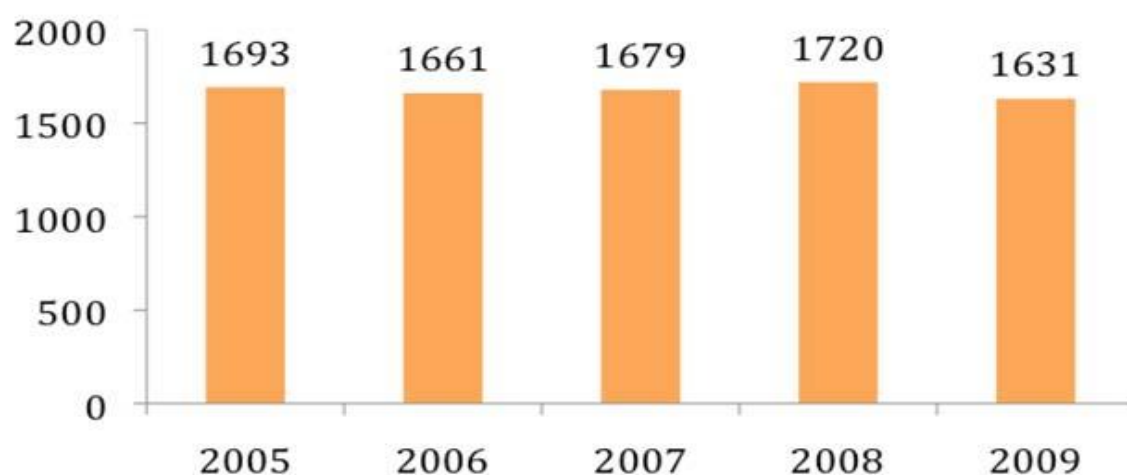
Selv om det er tv-sendingene som synes å ha størst oppslutning blant Sameradioens medietilbud, er det radiosendingene som på mange måter har spilt hovedrollen i etableringen av et samisk medietilbud. Fremdeles er det et betydelig bredere tilbud på radiosiden enn på tv-siden når det gjelder både tidsskjema og tematisk fordeling.

NRK Sámi Radio har daglige radiosendinger på det analoge FM-nettet nord for Saltfjellet og i Oslo store deler av hverdagen, samt en halvtimes sending på riksnettet. I helgene og på helligdager har Sameradioen sendinger på én time hver av dagene. I tillegg er det døgnkontinuerlige sendinger på Internett og det digitale DAB-nettet, der man utenom sendingene på det analoge nettet finner en kombinasjon av repriser, musikk og lettere underholdning. Sendingene er i all hovedsak på nordsamisk, utenom en femminutters daglig nyhetssammenfatning på norsk. I tillegg sendes 15 minutters programmer på henholdsvis lule- og sørsamisk to ganger i uken.

2.3.1.5 Stabil radiosendeflate

Siden 2005 har det totale radiotilbudet vært stabilt på mellom 1 630 og 1 720 timer årlig, noe som gir et gjennomsnitt på nærmere 5 timer daglig.

Figur 2.5 NRK sáme Radio - radiosendinger

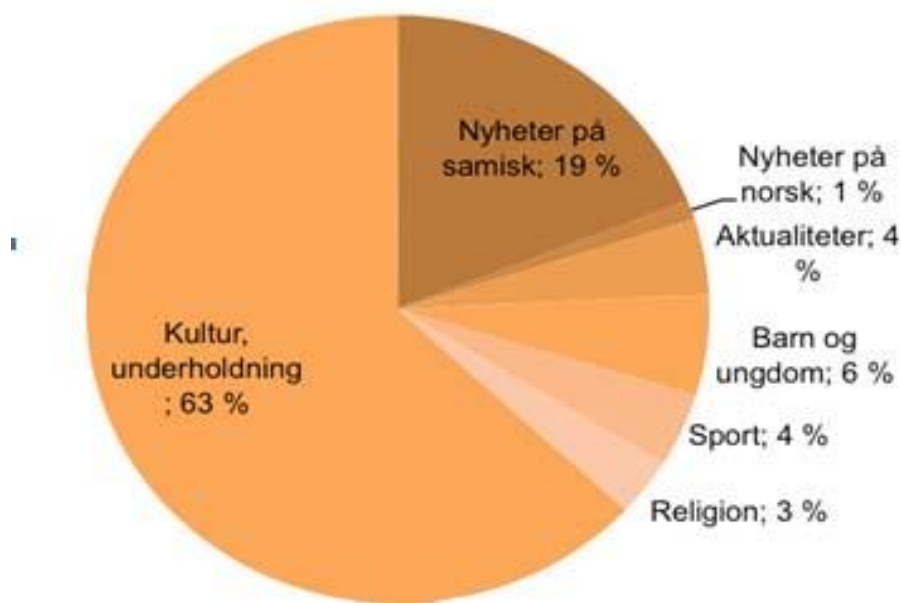


Totalt antall timer radiosendinger årlig ved NRK Sámi Radio.

Kilder: NRKs årsrapporter 2005–2009

Innholdsmessig dominerer kultur og underholdning, som står for 63 % av sendeflaten. Dette dreier seg i hovedsak om den daglige morgensendingen "Buorre idit Sápmi" og ettermiddagssendingen "Rádiosiida". Disse består av en blanding av intervjuer og studiopprat om populære temaer, lette reportasjer, samt en relativt stor andel musikk. Deretter kommer nyheter, som står for hver femte sendetime. Aktualiteter, barne- og ungdomsprogrammer, sport og religion er jevnt fordelt på mellom 3 % og 5 %.

Figur 2.6 Tematisk fordeling av radiosendinger 2009



Prosentvis fordeling av NRK Sámi Radios radiosendinger i 2009 etter tema. Kilde: NRKs årsrapport 2009.

2.3.1.6 Solid lytteroppslutning

NRK Sámi Radio har en solid lytteroppslutning i den samiske befolkningen. Ikke uventet er det flest samiskspråklige og bosatte i Finnmark som hører på Sameradioen, noe som trolig har sammenheng med at hoveddelene av sendingene er på nordsamisk og dermed utilgjengelige for dem som ikke behersker språket.

Det har ikke vært mulig å få tak i data som viser det totale lytterantallet for NRK Sámi Radios radiosendinger. Imidlertid viser Sameradioens brukerundersøkelse at innmeldte i Sametingets valgmannstall ofte hører på Sameradioens sendinger, selv om andelen er noe lavere enn andelen som får med seg tv-sendingene. Like under halvparten (49 %) svarte at de

hadde hørt på radiosendingene i løpet av de siste 30 dagene, mens 37 % sa at de hadde hørt på den siste uken. 9 % svarte at de hadde hørt på Sameradioen hver dag den siste uken.

Det går et markant skille mellom samisk- og ikke-samiskspråklige. Blant de samiskspråklige svarer hele 65 % at de har hørt på Sameradioen den siste måneden, mens 15 % sier at de har lyttet til kanalen hver dag den siste uken. Én av tre (34 %) ikke-samiskspråklige angir at de har vært innom kanalen minst én gang i løpet av den siste måneden. 22 % svarer at de har hørt på kanalen i løpet av den siste uken, men bare 5 % har vært innom kanalen mer enn to dager den siste uken.

Geografisk skiller Nordland seg negativt ut. Her har bare 37 % har vært innom kanalen i løpet av den siste måneden. Troms skiller seg også negativt ut når man ser på den siste uken. Der svarer to av tre at de ikke har lyttet til Sameradioen den siste uken, mens bare 3 % har lyttet til Sameradioen daglig den siste uken. På den annen side er Finnmark det fylket hvor folk hører oftest på Sameradioen. Her svarer hver femte (18 %) at de hørte på Sameradioen hver dag den siste uken.

Tabell 2.2 Lytteroppslutning om NRK Sámi Radios radiotilbud (2009)

	Siste 30 dager	Antall dager siste uke		
		5-7	3-4	1-2
Totalt	49	12	8	18
Mann	50	10	10	15
Kvinne	49	14	11	31
15-39 år	42	3	6	20
40-59 år	52	14	8	18
Over 60 år	50	14	10	17
Finnmark	55	23	6	17
Troms	51	4	3	19
Nordland	37	10	7	7
Resten av landet	48	7	8	20
Samisktalende	63	29	9	15
Ikke-samisktalende	34	12	2	9

Tabellen viser andelen målt i prosent som svarte at de hadde lyttet til NRK Sámi Radios radiosendinger én eller flere dager i løpet av de siste 30 dagene, i tillegg til antall dager i løpet av siste uke.

Kilde: NRK Sámi Radios brukerundersøkelse 2009

Skogerbøs undersøkelse fra 2000 viste et langt skjevere bilde enn Sameradioens brukerundersøkelse, selv om resultatene av metodiske årsaker ikke lar seg sammenligne direkte. I hennes undersøkelse kom det frem at NRK Sámi Radio hadde størst oppslutning i Kautokeino og Karasjok, der henholdsvis 68 % og 71 % oppga at de hørte på kanalen ofte (mer enn én gang i uken). 80 % svarte at kanalen var deres viktigste kilde til informasjon om samiske spørsmål. Ved kysten i Vest-Finnmark og Nord-Troms, samt i Sørsameområdet, var imidlertid oppslutningen betraktelig lavere. I Porsanger sa bare 10 % at de hørte på Sameradioen ofte, mens tilsvarende tall i Alta/Kvalsund var 18 %, i Nord-Troms 17 % og i Sørsameområdet 17 %. Til sammenligning svarte 91 % av respondentene i Alta/Kvalsund at de lyttet til NRKs distriktssendinger ofte. Denne skjevfordelingen var så sterk at Skogerbø skrev: "Forskjellen mellom NRK Sámi Radios posisjon i Karasjok og Kautokeino, og i alle andre valgkretser, er imidlertid så stor at det er nærliggende å tro at radioene sannsynligvis fungerer som distriktssending for dette området mer enn som radio for den samiske befolkningen som helhet." (Skogerbø 2000:92).

Det er ikke mulig ut fra det tilgjengelige materialet å avvise eller bekrefte om denne påstanden fremdeles er gyldig. Likevel viser Sameradioens brukerundersøkelse at Sameradioen fremdeles har høyest oppslutning i Finnmark, selv om forskjellene ikke er like dramatiske som i Skogerbøs undersøkelse fra 2000. Blant annet viser resultatene en større oppslutning sør for Finnmark og blant ikke-samiskspråklige enn i Skogerbøs rapport. Dette kan muligens forklares av flere forhold. I 2005 begynte Sameradioen med daglige nyhetssendinger på norsk over riksnettet, samtidig som lokalkontorene i Snåsa og Tysfjord er blitt styrket (fra én til to journalister på hvert kontor). Dessuten har det skjedd en viss revitalisering av samisk språk, noe som kan ha gjort sendingene tilgjengelige for et større publikum. I sum kan dette ha ført til at sendingene oppfattes som mer relevante for flere utenfor Indre Finnmark. Imidlertid skyldes nok forskjellige resultater for en stor del også metodiske forskjeller i undersøkelsene.

2.3.2 Radio Norge

Den riksdekkende kommersielle radiokanalen Radio Norge er i sin sendekonsesjon forpliktet til å tilby innhold særlig rettet mot den samiske befolkningen. Ifølge konsesjonen skal den ha daglige nyhetssendinger på samisk, samt daglige analyser/kommentarer om samiske forhold på norsk. Samlet gir dette en forpliktelse til minst 30 timer årlig sendetid med daglige sendinger.

Kanalen løser dette i praksis ved å ha en samiskspråklig ansatt som produserer daglige nyhetssendinger på samisk. I all hovedsak betyr dette at kanalens norske nyhetsproduksjoner oversettes til samisk og leses i studio som bulletiner. Sendingen har en varighet på 2 minutter. I tillegg har kanalen ifølge hjemmesiden et ukentlig aktualitetsprogram på 15 minutter om samiske temaer.

Medietilsynet har imidlertid gjentatte ganger gitt kanalen kritikk for ikke å oppfylle konsesjonskravene. Tabell 3 viser at kanalen ikke har oppfylt kravet om 30 timer daglige sendinger en eneste gang siden 2004. I tillegg har kanalen fått kritikk for valg av utilgjengelige sendetidspunkter. I desember 2008 mottok Radio Norge en advarsel fra Medietilsynet fordi nyhetssendingen ble sendt kl 00.15. I Kringkastingsrapporten 2009 skriver Medietilsynet: "Når dette tilbudet gjennomgående er lagt til svært perifere sendeflater, kan således ikke Radio Norge sies å ivareta dette programkravet." (s. 80). Sendetidspunktet ble senere flyttet, og sendes nå kl 22.00.

Allmennkringkastingsrapporten for 2009 har ikke vært tilgjengelig.

Tabell 2.3 Radio Norge – forpliktende programleveranser
Antall timer med daglige sendinger for den samiske befolkningen

Søknad	2004	2005	2006	2007	2008
30	9	28	23	11	22

Kilde: Medietilsynet 2009

2.3.3 P4

Også P4 har konsesjon om riksdekkende radiosendinger – med noe lavere dekning og mindre strenge konsesjonskrav. Kanalen løser dette gjennom et

samarbeid med den samiskspråklige nærradiostasjonen Guovdageainnu Lagas Radio (GLR), som produserer nyhetssendingene. Ifølge konsesjonen er kanalen forpliktet til å sende minst 400 sendinger i året, og samlet minst 20 timer med daglige sendinger. Dette har kanalen klart å overholde både i 2007 og 2008, og Medietilsynet hadde i 2008 ingen merknader.

Tabell 2.4 P4 – nyheter på samisk

Søknad	Antall		Søknad	Sendetimer	
	2007	2008		2007	2008
400	634	674	20	23	23

Kilde: Medietilsynet 2009

2.4 Avistilbud

Det samiske avistilbudet består i hovedsak av de to samiske dagsavisene Ságat og Ávvir. Disse defineres her som samiske aviser fordi de mottar pressestøtte av Kulturdepartementet, og fordi de har et rent samisk fokus. I tillegg publiserer Lokalavisa NordSalten, som også mottar støtte over statsbudsjettet, enkeltsider på lulesamisk. Dessuten utkommer ungdomsmagasinet Š, tidsskriftet Nuorttanáste og kvinnemagasinet Gábá med faste utgivelser som får finansiell støtte fra Sametinget. Disse er imidlertid ikke inkludert i denne artikkelen av hensyn til tilgjengelige data.

Ságat utgis i hovedsak på norsk, med noen få innslag av samiskspråklige tekster. Avisen har det høyeste opplagstallet av de to samiske dagsavisene og et noe større dekningsområde. Den har hovedkontor i Porsanger og distriktskontorer i Deatnu/Tana og Evenášši/Evenes, samt journalister med tilhold i Kárášjohka/Karasjok, Romsa/Tromsø, Snåase/Snåsa og Sør-Norge. Avisen ble etablert i 1956, med bakgrunn i "Utvalget for samisk avis", nedsatt av Finnmark fylkesting (sagat.no). Avisen er i dag eid av kommuner og fylkeskommuner (ca. 47 %), samiske kulturorganisasjoner (ca. 10 %) og private aksjonærer (ca. 43 %, ingen med en høyere eierandel enn 4 %). Ságat har ifølge hjemmesiden 24 ansatte.

Ávvir skriver på nordsamisk og har hovedkontor i Guovdageaidnu/Kautokeino og Kárášjohka/Karasjok, samt distriktskontorer i Deatnu/Tana og Romsa/Tromsø. Avisen ble til gjennom fusjonen mellom de tidligere avisene Min Áigi og Áššu, og ble første gang

utgitt 6. Februar 2008. *Min Áigi* var i sin tid en videreføring av *Sámi Áigi*, som gikk konkurs i 1993. *Sámi Áigi* ble etablert i 1979 og var ifølge Ottosen et "ektefødt barn av den nye samiske mobiliseringen fra 1970- og 1980-årene" (Ottosen 1996:478). Etter konkursen i 1993 overtok *Min Áigi* konkursboet. Samme år ble *Áššu* etablert for å skape "et journalistisk alternativ til *Min Áigi*" (Skogerbø, 2000).

Ávvir er eid av *Altaposten* (33 %) og *Finnmark Dagblad* (33 %), samt *Norske Reindriftsamers Landsforbund* og *Indre Finnmark investeringsselskap* (til sammen 33 %). På hjemmesiden er det per juni 2010 oppført 19 ansatte.

2.4.1 Økt opplag for *Ságat* – nedgang for samiskspråklige aviser

Landslaget for lokalaviser og Mediebedriftenes Landsforening publiserer årlig opplagstall som omfatter både *Ságat* og *Ávvir*. Opplagstallet angir antall eksemplarer som i gjennomsnitt blir solgt gjennom abonnement og løssalg per utgivelse i løpet av et år.

Opplagstallene viser at *Ságat* er klart størst av de to samiske dagsavisene, over dobbelt så stor som *Ávvir*. Avisen har hatt en rimelig sterk vekst siden begynnelsen av 2000, på tross av at de samlede opplagstallene i Norge har falt i samme periode. Samtidig har *Ávvir* i svært liten grad klart å fange opp det samlede opplaget som forgjengerne *Min Áigi* og *Áššu* hadde, og hadde i 2009 et opplag som knapt var større enn det *Min Áigi* alene hadde før fusjonen i 2008.

Tabell 2.5 Opplagstall

Avis	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Áššu</i>	969	1003	1129	1117	1084	1021	975	1008	-	-
<i>Min Aigi</i>	964	1142	1197	1072	1211	1179	1177	1104	-	-
<i>Ávvir</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	1204	1204
<i>Ságat</i>	2379	2425	2427	2507	2501	2407	2523	2717	2722	2728
Totalt	4312	4570	4753	4696	4796	4607	4675	4829	3926	3932
<i>Min Áigi</i> + <i>Áššu</i>	1933	2145	2326	2189	2295	2200	2152	2112	-	-

Kilder: Sigurd Høst (2010) fra Mediebedriftenes Landsforening og Landslaget for lokalaviser

Det totale opplaget for de to samiske dagsavisene var i 2009 på 3 932 eksemplarer. Til sammenligning var det gjennomsnittlige opplaget for norske aviser på 11 818 i 2009. Det samlede opplagstallet var på nivå med året før, men markant lavere enn i 2007, da det samlede opplaget falt med 18,7 %, fra 4 829 til 3 926 eksemplarer.

Fallet skyldes først og fremst at opplaget i Ávvir var betydelig lavere enn det forgjengerne Áššu og Min Áigi hadde før fusjonen. I 2007 hadde de to avisene et samlet opplag på 2 112 eksemplarer, mens Ávvir hadde 1 204 i 2009, en nedgang på 43 %. Ávvir solgte etter fusjonen bare 100 flere eksemplarer enn det Min Áigi alene gjorde i 2007.

Hva som er årsaken til dette, er vanskelig å fastslå. Det er ifølge Ávvir² heller ikke blitt gjort en spesifikk analyse av dette. Avisen uttrykker imidlertid at enkelte lesere hadde tilgang til begge avisene før fusjonen, og at de gikk over til å kjøpe én avis i stedet for to som tidligere. I tillegg har man fått tilbakemeldinger om at en del savner mer lokalstoff om hjemstedet sitt.

En rimelig (del)forklaring kan være at Áššu og Min Áigi hadde til dels svært forskjellige profiler og henvendte seg til ulike lesergrupper. Skogerbø (2000) observerte at Áššu fokuserte sterkt på kultur, reindrift og lokalstoff fra Kautokeino, mens Min Áigi dekket et bredere saksområde med større vekt på generell samepolitikk og hadde en større geografisk rekkevidde. Enkelte lesere kan dermed ha følt at den nye avisen ikke sammenfalt med deres preferanser, og at de dermed ikke gikk over til å lese Ávvir.

Samtidig som utbredelsen av det samiskspråklige avistilbudet ser ut til å ha stagnert, har opplaget til den norskspråklige avisen Ságat økt markant siden år 2000. Ságat har i perioden økt opplaget med 14,7 %, som er relativt høyt tatt i betraktning at det totale opplagstallet i Norge falt med 15,5 % i samme periode (Sigurd Høst, 2010).

Sannsynligvis er det flere årsaker til Ságats vekst. De omfatter trolig både ytre samfunnsforhold og interne kvaliteter ved selve avisen og redaksjonen. Et punkt det likevel er verdt å bite seg merke i, er at Ságat skriver på norsk og dermed ikke møter de samme språklige barrierene som Ávvir. Avisen kan dermed henvende seg til den store delen av den samiske befolkningen som ikke behersker samisk, samtidig som den i større grad har mulighet til å henvende seg til et ikke-samisk publikum som interesserer seg for

²Ifølge sjefredaktør Sara Beate Eira i telefonsamtale.

samiske forhold. Daværende redaksjonssekretær i Ságat, Oddgeir Johansen, sa i et intervju med Eli Skogerbø i 1999: "Avisen skal være et tilbud til de mange samer som ikke snakker samisk eller leser samisk, og til ikke-samer som er interessert i samepolitikk." Isolert kan opplagstallene gi støtte til at Ságat har lyktes med denne strategien. I perioden etter årtusenskiftet har det vært en relativt sterk samisk bevisstgjøring, noe som blant annet reflekteres gjennom økningen i Sametingets valgmanntall. Ifølge Sametinget økte valgmanntallet med 40 % fra valget i 2001 til 2009-valget – fra 9 921 til 13 890 innmeldte. Samtidig har flere samiske spørsmål vært gjenstand for allmenn debatt, særlig i Finnmark. Innføringen av finnmarksloven og arbeidet med den nye mineralloven er eksempler på saker som har skapt stort engasjement, og det kan være grunn til å tro at mange som interesserer seg for slike spørsmål, finner informasjon gjennom Ságat. I tillegg viste Skogerbøs analyse fra 2000 at Ságat hadde en relativt lav oppslutning i hjemkommunen Porsanger.

2.4.2 Avisenes oppslutning

Det er ikke blitt gjennomført noen omfattende offentlige leserundersøkelser siden Skogerbøs rapport (2000). Denne rapporten viste imidlertid at det som i dag utgjør de samiske dagsavisene (Ságat, Min Áigi og Áššu), den gang i hovedsak ble lest i Finnmark.

Særlig gjaldt dette de samiskspråklige avisene, som hadde sin hovedtyngde i Indre Finnmark. Andelen som oppga at de leste Min Áigi ofte (to eller flere ganger i uken), var henholdsvis 62 % og 38 % i Karasjok og Kautokeino, mens tilsvarende for Áššu var 24 % og 63 %. I Tana og Sør-Norge oppga dessuten henholdsvis 18 % og 15 % at de leste Min Áigi ofte.. I de øvrige områdene var dette tallet på rundt 10 % eller under. Særlig lavt var det i Midtre-Nordland, Sørsameområdet, Porsanger og Nord-Troms. I disse områdene oppga fire av ti at de aldri leste avisene.

Ságat hadde en god del bredere leseroppslutning, men med hovedvekt på Finnmark, særlig Tana, hvor hele 66 % svarte at de leste avisen ofte. Avisen hadde imidlertid svakest oppslutning i Sørsameområdet, hvor bare 7 % svarte at de leste avisen ofte, i tillegg til at bare 59 % leste den en sjelden gang (to–fem ganger i måneden eller sjeldnere).

Det er ikke mulig å si noe om hvorvidt dette er gyldig i dag, og det er ønskelig med en ny undersøkelse for å teste i hvilken grad hele den samiske befolkningen har et samisk avistilbud.

2.4.3 Avisenes rammevilkår

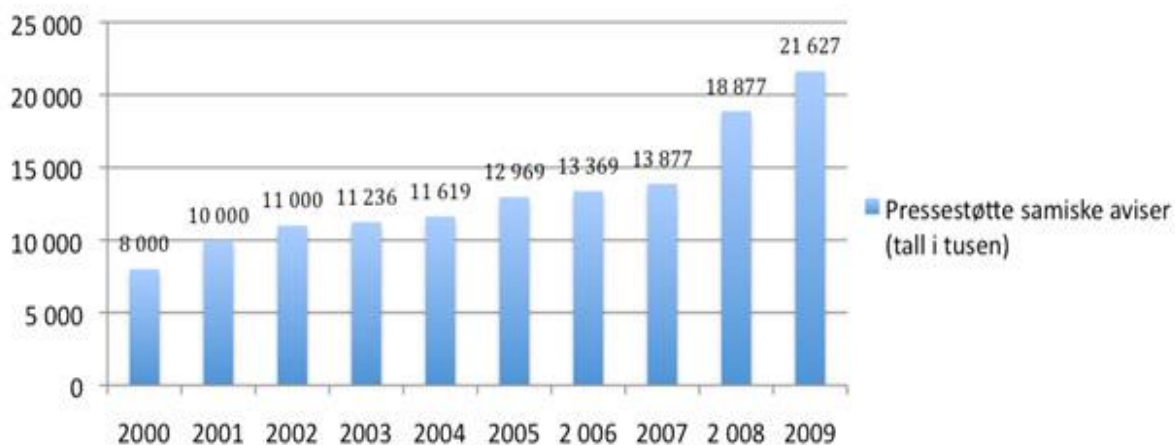
Markedet for de to samiske dagsavisene er sterkt begrenset, og det er vanskelig for avisene å gi et adekvat tilbud på kommersiell basis. Avisene dekker forholdsvis store områder, der begge har etablert flere lokalkontorer, uten at de har større opplag enn små norske lokalaviser. I tillegg skaper samisk språk merarbeid i form av oversetting, særlig for Ávvir, som utelukkende skriver på samisk.

Avisene er derfor avhengige av den offentlige pressestøtten. I 2009 var denne på totalt 21,6 millioner kroner. Formålet med pressestøtten er at "tilskuddet til samiske aviser og samisk språklige avissider skal legge til rette for demokratisk debatt, meningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet." (Forskrift om tilskudd til samiske aviser.)

Pressestøtten har de siste årene økt betraktelig. Siden år 2000 har den totale bevilgningen økt fra 8 millioner kroner til 21,6 millioner kroner. Særlig var det en solid økning fra 2007 til 2008, da pressestøtten økte fra 13,9 millioner kroner til 18,9 millioner kroner. Dette ga rom for at både Ságat og Ávvir kunne øke tallet på utgivelser til fem ganger i uken. Tidligere utkom Ságat tre ganger ukentlig, mens både Min Áigi og Áššu ble utgitt to ganger.

Støtten fordeles gjennom et grunntilskudd som deles likt mellom de støtteberettigede, samt et variabelt tilskudd som gis på grunnlag av antall sider på samisk. Dette medfører at Ávvir får mer i støtte enn Ságat. I 2009 mottok Ávvir 12,3 millioner kroner, mens Ságat fikk 9 millioner kroner. I tillegg mottok Nuorttanáste 250 000 kroner og Lokalavisa NordSalten 378 000 kroner i støtte.

Figur 2.7 Pressestøtte samiske aviser (tall i tusen kroner)



Støtte til samiske aviser.

Kilde: Statsbudsjettet 2001–2010

Tabell 2.6 Fordeling av pressestøtte

	2005	2006	2007	2008	2009	2010**
Min Áigi	4 315	4 518	5 120			-
Áššu	4 544	4 523	4 737			-
Avvir				10 579	12 208	-
Ságat	3 819	3 944	4 106	7 671	8 986	-
Nuorttanáste		250	250	250	*	-
Lokalavisa						-
NordSalten		134	140	378		
Totalt	12 969	13 369	13 877	18 877	21 627	22 317

Kilde: Medietilsynet

**Støtte til Nuorttanáste er fra 2009 overført til Sametinget.*

2.5 Internett

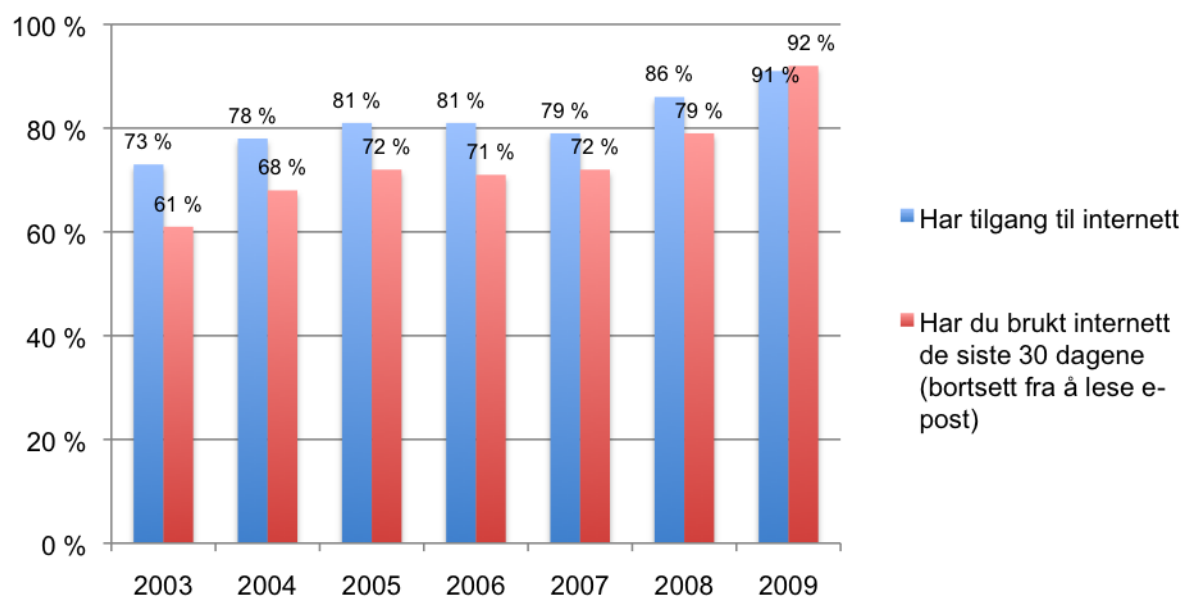
En av de mest markante og interessante trendene i medieverdenen er den raske fremveksten av Internett som mediearena. Dette er en trend som vi også ser i den samiske befolkningen.

Tilgang til og bruk av Internett er målt i NRK Sámi Radios brukerundersøkelse. I 2003 oppga tre av fire at de hadde tilgang til Internett, mens andelen i 2009 hadde vokst til 91 %. Samtidig svarte 92 % at de hadde brukt Internett i løpet av de siste 30 dagene, mens bare 61 % svarte det samme i 2003. Dette indikerer at Internett er et medium som er blitt svært utbredt i den samiske befolkningen.

Satsingen på Internett har da også vært stor i de samiske medieinstitusjonene. Både NRK Sámi Radio, Ságat og Ávvir tilbyr kontinuerlige oppdateringer av nyheter og aktualitetsstoff på sine internettsider. I NRK Sámi Radios undersøkelse svarer én av tre at de har besøkt Sameradioens hjemmesider i løpet av den siste måneden, mens tilsvarende tall i 2003 var 9 %. 22 % svarte at de hadde vært innom hjemmesiden minst én gang den siste uken, og 20 % hadde vært innom siden daglig den siste uken. Andelen som oppgir enten Sámi Radio eller en av avisenes internettsider som sin viktigste kilde til informasjon, er også i vekst og var i 2009 på 8 %. Dersom man også hadde inkludert sosiale medier, som for eksempel Facebook, ville andelen sannsynligvis vært enda større.

Det er særlig de yngre som bruker Internett. I Sameradioens undersøkelse fra 2009 var det signifikant flere i den yngste gruppen (15–39 år) som oppga både NRK Sámi Radios nettsider og de samiske avisenes hjemmesider som sin viktigste kilde til informasjon. I denne gruppen oppga 13 % Sameradioens nettsider, mens tilsvarende for den eldste gruppen (over 60 år) var 4 %. Blant de yngste svarte dessuten 7 % samiske aviser på nett, mens bare 1 % av dem over 40 år oppga dette.

Figur 2.8 Tilgang til Internett



Kilde: NRK Sámi Radios brukerundersøkelser 2003 –2009. I 2007 og 2008 tok undersøkelsen ikke utgangspunkt i Sametingets valgmannntall, og er dermed ikke direkte sammenlignbart med øvrige år.

2.6 Konklusjoner

De samiske mediene har vist en solid utvikling siden årtusenskiftet i form av økt sendetid i radio og tv, økte avisutgivelser og økte rammebetingelser for samiske aviser.

NRK Sámi Radio har i denne perioden styrket sin posisjon i den samiske befolkningen som det foretrukne medievalget om samiske forhold. Sameradioens brukerundersøkelse viser at seks av ti spurte oppga ett av sameradioens tilbud som den beste kilden til informasjon om samiske spørsmål. I 2005 var tilsvarende andel på 34 %. Samtidig har andelen som oppgir enten lokalaviser eller NRKs distriktssendinger sunket fra henholdsvis 16 % og 19 % til 5 % og 8 %. Dette indikerer at Sameradioen i dag når frem til en bredere del av den samiske befolkningen enn tidligere, på bekostning av ikke-samiske lokalmedier.

Det kan dessuten synes som om tv-tilbudet har styrket seg særlig. NRK Sámi Radio har siden 2005 mer enn doblet sin totale sendetid på tv – fra 119,5 til 248 timer i 2009. Samtidig oppnår kanalens tv-tilbud relativt høye seertall, sammenlignet med for eksempel antall innmeldte i Sametingets valgmannstall. Dette forteller at sendingene sannsynligvis ses av et betydelig antall ikke-samer.

Sameradioens brukerundersøkelse viser at tv-sendingene også har en stor appell i store deler av den samiske befolkningen. Selv om det er et flertall blant samiskspråklige og bosatte i Finnmark som følger med på disse sendingene, har over sju av ti i de øvrige områdene sett minst én av sendingene i løpet av de siste 30 dagene. Reduserte språkbarrierer i form av norske undertekster, samt fordelen av å dekke samtlige husstander i Norge, gjør at Sameradioens tv-tilbud er i en særstilling når det gjelder å nå frem til både norske og samiske målgrupper. Den store oppslutningen indikerer at tv-sendingene er det medietilbudet som kanskje i størst grad fungerer som et allsamisk medietilbud.

Det kan imidlertid se ut som om samer bosatt utenfor Finnmark er mindre aktive brukere av samiske medier enn samer i Finnmark. Dette har sannsynligvis sammenheng med at størstedelen av medietilbudet er på nordsamisk. Dermed har nordsamisktalende et klart sterkere medietilbud enn den øvrige samiske befolkningen. Selv tilbudet til ikke-samiskspråklige er bedret gjennom blant annet etableringen av Oddasat og NRK Sámi Radios norskspråklige internettsider. Særlig har Sameradioens tv-tilbud en sterk appell også til ikke-samiskspråklige.

På avissiden er det Ságat som har klart størst dekning, med et opplag som er dobbelt så stort som samiskspråklige Ávvir. Ságat har økt sitt opplag med 14,7 %. Fremgangen kan ha sammenheng med at Ságat henvender seg til et ikke-samisktalende publikum, samtidig som det har skjedd en bevisstgjøring av samisk identitet i perioden. I tillegg har det i perioden vært flere debatter omkring samiske rettighetsspørsmål som har skapt et stort engasjement. Imidlertid er det ikke siden Skogerbøs rapport i 2000 gjort omfattende leserundersøkelser som kunne testet en slik påstand.

Ávvir har på den annen side ikke klart å fange opp det totale opplagstallet til forgjengerne Min Áigi og Áššu. Opplagstallet til Ávvir i 2009 var bare 100 høyere enn det Min Áigi hadde året før fusjonen i begynnelsen av 2008. Dette er en ganske markant nedgang, som sannsynligvis innebærer at antall lesere av samiskspråklige aviser har gått tilbake siden fusjonen. Dette må sies å være en uønsket utvikling, da et av målene for den offentlige pressestøtten er å styrke det samiske språket.

Internett er i rask fremgang, særlig blant de yngre brukerne. Ni av ti spurte i Sameradioens brukerundersøkelser hadde i 2009 tilgang til Internett, hvorav samtlige hadde brukt mediet den siste måneden. Både Sameradioens og de samiske avisenes hjemmesider øker dessuten i popularitet som en viktig kilde til informasjon om samiske spørsmål. Det finnes imidlertid mangelfulle data om hvordan samer bruker øvrige medietilbud på Internett, som for eksempel sosiale medier.

Kilder

Litteratur

- Skogerbø, Eli (2000) *Samiske medier. Innhold, bruk og rammevilkår.* Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Høst, Sigurd (2010) *Avisåret 2009.* Høgskulen i Volda.

Offentlige rapporter

- NRK Årsrapporter 2005–2009.
- Medietilsynet Årsrapporter 2001–2008.
- Medietilsynet Allmennkringkastingsrapporten 2008.

Data på forespørsel

- Medietilsynet Fordeling av pressestøtte.
- NRK Sámi Radio Sameradioens brukerundersøkelse 2005–2009.

Internett

- www.nrk.no
- www.avvir.no
- www.sagat.no