

LA stå!



**- Reiseliv og
lokalsamfunn**



Foto: Riksantikvarens arkiv

Reiseliv og lokalsamfunn, er tittelen når Riksantikvaren inviterer kommune-Norge til årets konferanse og det samme er tema i dette nummeret av *LA stå!*

Reiseliv er verdens raskest voksende sektor. De fleste turister jakter på opplevelser. Opplevelser er knyttet til natur og kultur. Norge er rikelig utrustet med dramatisk natur, og sammenlignet med mange andre land er landskapet i liten grad preget av menneskers gjøren og laden. Vi har heller ingen store monumentale byer, slott på hver klippe, overdådige palasser eller pittoreske landsbyer bak hver sving.

Desto viktigere er de kulturminner vi har. Det er menneskenes spor som aksentuerer og dramatiserer naturen. Geirangerfjorden er vakker, men det er først når man får øye på Skageflå eller en annen hyllegård at dimensjonene i landskapet blir forståelige. Med på kjøpet kommer da også en fornemmelse av det umenneskelige slitet som ligger bak disse grønne flekkene oppe i fjellsiden. Kanskje gir det grunnlag for å fundere litt over hvilke harde livsvilkår som tvang mennesker til å utnytte marginale ressurser, og hva det gjorde med dem som bodde der. Det er få turister som er så blaserte at de fra cruiseskipdekket ikke blir grepet av synet av Skageflå. Og de som går opp den bratte fjellsiden til gården, får en opplevelse for livet.

Røros, Risør, Bergen, Odda, Urnes, Kautokeino, Alta, Heidal, Lygra, Vega, Vardø og mange andre steder forteller historier om Norge. Historier om en eksistens på marginene i kamp med eller mot en mektig natur, om høsting av ressurser og bruk og misbruk av natur, om en utvikling fra et av Europas fattigste land til et av verdens rikeste land, om en endring fra et klasse-samfunn hvor noen få var ekstremt rike, til et samfunn med stor sosial utjevning og større mangfold. Det er menneskers spor i landskapet, de bygninger og veier de har bygget, som forteller historiene.

Det er disse som gir grunnlag for opplevelser, forståelse, eller i det minste gir et motiv for et pent bilde å ta med hjem.

Det er en viktig utfordring å gi turistene som er interessert genuine opplevelser. Da må de tett innpå lokalsamfunn og dagligliv. Å ha franskmenn i tunet, japanere i kirka, italienere vandrende rundt i beitemarka eller tyskere i naustet, setter gjestfrihet og profesjonalitet på prøve. Klarer vi dette, får vi ikke bare inntekter tilbake, men også gode opplevelser og viktig kulturell forståelse. Turistene får opplevelser de setter pris på i en hver betydning av ordet.

Natur og kultur er reiselivets viktigste ressurser. Hvis vi ikke sammen evner å ta vare på vår sårbare kulturarv, faller mye av grunnlaget for turistnæringen bort. Da vil en vesentlig dimensjon i opplevelsen av det eksotiske Norge forsvinne. Og vi som bor her, vil stå igjen ribbet for vår verdifulle kulturarv. Det alvorligste er at vi selv mister muligheten til å oppleve og forstå historien. At gjestene forsvinner, er i det perspektivet bare litt ekstra salt i såret.

Nils Marstein
riksantikvar

Forsidebildet: I Det europeiske arkitekturvernåret 1975 var Nusfjord i Lofoten et av tre norske pilotprosjekter. Som leder av sekretariatet i Arkitekturvernåret var tidligere riksantikvar Stephan Tschudi-Madsen i det gamle fiskeværet. Det er med takknemlighet og glede vi bruker hans fotografier fra Riksantikvarens bildearkiv. Stephan Tschudi-Madsen gikk bort 11. oktober i år.

Kommunene setter reiselivet på topp

Topplederne i norske kommuner peker ut reiseliv som næringen som har størst potensial for økt verdiskaping og sysselsetting i kommune-Norge.

Hilde Charlotte Solheim,
direktør i NHO Reiseliv

Hele 79 prosent av de spurte i en undersøkelse foretatt for NHO Reiseliv blant 600 kommuneledere i 371 kommuner, svarer at reiselivet har svært stort eller stort potensial. Ingen andre næringer kommer i nærheten av dette: Mens nær 44 prosent svarer at reiselivet har et svært stort potensial, er tallene for primærnæringene og industrien henholdsvis 13,5 og 17 prosent.

Klar prioritering

I undersøkelsen, som ble gjennomført på forsommeren, peker kommunetoppene på noen virkemidler som må settes inn for å realisere reiselivets potensial.

Vi trenger økt markedsføring, bedre infrastruktur, økt satsing på lokal mat og kultur og bedre koordinering og samarbeid mellom aktører i reiselivet og på myndighetssiden.

NHO Reiseliv har i høst presentert undersøkelsen for sentrale politikere.



De nye rorbuene har upåklagelig utsikt. Foto: Richard Sandnes

Vi mener at den underbygger viktigheten av regjeringens satsing på reiseliv, og vi er enig i hva som trengs for å få resultater i den videre satsingen på reiseliv.

Når ordførere og rådmenn setter reiselivet fremst blant potensielle vekstnæringer, er det et viktig signal til sentrale myndigheter. Det bør også være en vekker for kommunene selv. For hvis man ser på tidsbruken til kommuneadministrasjon og politikere – hvor mange timer går det *egentlig* med til å holde kontakt med de næringsaktørene man mener skal

skape arbeidsplassene og verdiene man skal leve av i fremtiden?

Ikke kontakt

NHOs bedriftsundersøkelse, som ble tatt opp i sommer, viser at to tredjedeler av bedriftene i norske kommuner aldri er blitt kontaktet av sin kommune. Det er liten grunn til å tro at reiselivsbedriftene, som ofte er små og har begrenset erfaring med politisk kontaktarbeid, skiller seg positivt ut fra næringslivet for øvrig. Det skal ikke mer enn en telefon eller et kaffebesøk til. Skal potens-

Verdiskapingsprogrammet er en av hovedsatsingene innenfor kulturminnepolitikken. Elleve pilotprosjekter er nå med i programmet. Bevilgningene til verdiskapingsprogrammet øker med en million kroner, samtidig som samarbeidet med Kulturminnefondet videreføres. Verdiskapingsprogrammet vil ha en ramme på i alt 23,4 millioner kroner i 2008, skriver Miljøverndepartementet.

Hovedsatsingen i 2009 blir Kulturminneåret 2009. For å sikre en god gjennomføring av året, vil det bli satt av midler til planlegging i 2008. Kulturminneåret er en fellessatsing med Kultur- og kirke departementet og skal gjennomføres i tett samarbeid med de frivillige organisasjonene og museene.

Heidal stavkirke. Foto: Axel Lindahl © Riksantikvaren





Bøkkerverksted Kristiansund.

Foto: Arve Kjersheim

© Riksantikvaren

ialet i norsk reiseliv utløses, tror jeg politikere og bedriftsledere må snakke mye mer sammen enn de gjør i dag, både lokalt og i høyeste grad på riksplan. I tillegg til jobben som skal gjøres lokalt, er nemlig mye ugjørt på sentralt hold. Regjeringen må ta inn over seg at mange av de mest sentrale beslutningene for norsk reiseliv i dag tas helt uten at reiseliv er tatt med på råd, eller i det hele tatt vurdert seriøst.

Virkemidlene og forutsetningene som skal til for å utløse reiselivets potensial ligger i stor grad helt andre steder enn i vårt eget "fagdepartement", Nærings- og handelsdepartementet. Koordineringen mellom de ulike aktørene som påvirker reiselivet med sine beslutninger er forstemmende nok i mange tilfeller helt fraværende. Hvis den nasjonale reiselivsstrategien som er i

arbeid ikke tar fatt i dette, skal det mye til for at man skal få resultater av betydning.

Mange ansatte

Mange offentlig ansatte jobber med reiseliv. Vi kan oppnå bedre resultater av dette arbeidet dersom offentlige og private aktører samarbeider bedre. Kommuner og fylker må spille på lag med næringen, som har kundene og markedskunnskapen. Det er viktig at virkemiddelapparatet går i takt med næringen, ikke motsatt. Her har nok en del offentlig ansatte som ofte "vet best", litt å lære.

Av stortingsmelding nummer 16 2004-2005, Leve med kulturminner, går det frem at investeringer i kulturminner er noe av det mest verdifulle samfunnet kan drive med. For hver krone det offentlige investerer i vedlikehold og rehabilitering av kultur-

historisk verdifulle miljøer, kommer ti kroner tilbake til samfunnet. Likevel er det slik at bare 6–10 prosent av dagsforbruket til dem som besøker et kulturminne, er knyttet til selve kulturminnet eller tjenester i direkte forbindelse med dette. Resten av pengeforbruket, over 90 prosent, kommer lokalsamfunnet i nærheten av kulturminnet til gode. Videre skaper rehabilitering av historiske bygg 26 prosent flere arbeidsplasser enn motorvegbygging og 16 prosent flere arbeidsplasser enn bygging av nye boliger. Samfunnets investering i historiske bygg gir også en høyere avkastning enn bygging av motorveger og nye hus.

Tilfeldig

Dette er erkjennelser som i liten grad er nådd ut til politiske beslutningstakere. Finansieringen av reiselivets fellesgoder er ofte tilfeldig. Og er de finansiert, er det ikke gitt at de er oppmerksomme på at det er reiseliv – opplevelsesindustri – de driver med. Vi skal ta vare på historie og antikvariske verdier fordi det er riktig av oss. Men vi skal også gjøre det for å formidle, og for å skape næringsgrunnlag og arbeidsplasser. Da må det ikke være et skjellsord å tenke kommersielt, og vi må bygge bro over kulturkløftene – mellom lokale og sentrale aktører innenfor politikk, næringsliv, vern og forvaltning.

Reiseliv er blant de raskest voksende næringene i verden,

og målet er at Norge skal ta sin del av denne veksten. Derfor blir det bevilget hele 215 millioner kroner til å markedsføre og utvikle norsk reiseliv i 2008. Det er en økning på 15 millioner kroner fra rekordåret 2007, og mer enn en dobling siden 2005, skriver Nærings- og handelsdepartementet.

- For at flere reisende skal komme til Norge må vi ha en solid markedsføring. Vi må også tilby gode produkter og ha kompetente medarbeidere, sa nærings- og handelsminister Dag Terje Andersen i forbindelse med forslag til statsbudsjett.

Norge har særlige naturgitte forutsetninger for å lykkes på reiselivsområdet. Næringene er også viktige i distriktene hvor de ofte utgjør basisnæringen i mange lokalsamfunn og gir positive ringvirkninger til annet lokalt næringsliv.

Eidsvoll. Foto: Axel Lindahl © Riksantikvaren



Med den besøkende i sikte – verdiskaping i kulturminnesektoren

Kulturminner i reiselivs-sammenheng handler om opplevelsesproduksjon. De største og mest vel-etablerte kulturminnene trekker til seg besøkende av egen kraft, mens de mange små kulturminnene som jeg her fokuserer på, må forstås i en større sammenheng hva angår lokal verdiskaping.

Georg Kamfjord, studierektor
Handelshøyskolen, BI



Bergkunstfeltet i Alta er tilrettelagt for publikum. Det er til nå registrert fem områder med bergkunst i Alta – fire med helleristninger og ett med malerier. Bergkunsten i Alta står på UNESCOs liste over verdens kulturarv og er i en særstilling med hensyn til bevaring. Det er stort behov for innsats på alle lokalitetene for å unngå videre nedbryting og slitasje. Foto: Arve Kjerseim©Riksantikvaren.

Hva kulturminnet kan bety for den besøkendes opplevelse av et sted vil være forskjellig som følge av at kulturminnes svært ulike karakter og innhold.

Verdiskaping på et reisemål kan ses som et resultat av tre forhold:

1. Det antall besøkende man har på stedet.
2. Hvor lenge de oppholder seg på stedet.
3. Hvor mye penger de forbruker i løpet av oppholdet.

Hvilke av disse faktorene har opplevelsesprodusenten (kulturminnet) størst mulighet til å påvirke? Vil kulturminnet bidra til å øke tilstrømmingen til stedet, til at de besøkende oppholder seg lenger og legger igjen mer penger, eller bidrar man til at de besøkende trives så godt at de får lyst til å komme tilbake?

Kulturminnet som trekkplaster

En *primærattraksjon* er det som styrer valget av et reisemål. For Paris kan Louvre eller kanskje til og med Mona Lisa være primærattraksjonen eller hovedmålet med besøket. Når Paris som *helhet* er grunnen til at man reiser dit, vil Louvre og Mona Lisa fremstå som *sekundærattraksjoner*. De er da opplevelser man kjenner til før man reiser, men som alene ikke er grunnen til valg av reisemål.

De opplevelsesmulighetene den besøkende først blir klar over etter at man har kommet til reisemålet kalles *tertiærattraksjonene*. Disse kan allikevel ofte bli reises opplevelsesmessige høydepunkt.

Et mindre kulturminne vil svært sjelden være en primærattraksjon for et reisemål. Noen kulturminner kan ha opparbeidet status som sekundærattraksjon, men oftest vil et mindre kulturminne forbli en opplevelse den besøkende blir oppmerksom på etter ankomst.

Kulturminnet som bidrag til lengre oppholdstid

Et mindre kulturminne som tertiærattraksjon, konkurrerer om som den besøkendes *udisponerte, frie tid*, eller bidrar i beste fall til at den besøkende blir værende lenger på reisemålet enn planlagt.

Å oppsøke en opplevelse som ikke er planlagt på forhånd, skjer nærmest utelukkende på *anbefaling*. Forutsetningen for å gi en entusiastisk anbefaling er at de som møter den besøkende (resepsjonisten, turistinformasjonen), selv kjenner opplevelsen, og selv må like den

godt. Et kulturminne som skal bidra til lokal verdiskaping må ha god forankring i lokalsamfunnet og mange lokale ambassadører.

Blir det verdiskaping av dette?

En beskjeden inngangsbillett til et kulturminne monner lite som grunnlag for utvikling og drift av opplevelsesproduktet i reiselivsmarkedet. Den lokale verdiskapingen skjer i større grad ved at et lengre opphold innebærer et ekstra måltid og eventuelt litt ekstra shopping og overnatting. Denne lokale verdiskaping synes imidlertid ikke i regnskapet for kulturminnet.

Derfor må det utvikles finansieringsmodeller som tar mer hensyn til en samlet lokal verdiskaping, og hva som bidrar til denne. En forutsetning for at mindre kulturminner skal godskrives en plass i den lokale opplevelsesproduksjonen er at de kjenner de besøkendes ønsker og adferdsmønster. Verdiskaping henger sammen med den besøkendes fri valg til å komme eller å la være. Da må man først ha turisten i sikte og forstå hvorfor de vil komme.

Fiskeværet Nusfjord var ett av tre norske pilotprosjekter i Det europeiske arkitekturvernåret 1975. Formålet med året var å skape forståelse for de enkelte nasjoners arkitektoniske arv. Nusfjord er også ett av prosjektene i Verdiskapingsprogrammet "Den verdifulle kystkulturen", hvor Richard Sandnes er prosjektkoordinator.

Fra krongods til reiseliv

- Hvilken verdi ville Nusfjord hatt uten historien, spør Roar Jacobsen som er daglig leder i Nusfjord AS i Lofoten.

Richard Sandnes

Reiselivssatsningen gir flere tilgang til vår kystkultur, sier Roar Jacobsen. Nusfjord er ett av Norges eldste og best bevarte fiskevær. Arkeologer har funnet spor etter rorbuer fra år 400 e.Kr. Bygninger og bygningsmiljø er verneverdige og de har i

stor grad bevart sitt opprinnelige preg. Nusfjord var tidligere krongods og fiskeværet ble kjøpt i første halvdel av 1800 tallet av Dahlfamilien som drev fiskeværet til 1989. Fiskeværet er i dag eid av kulturbevisste eiere og hovedaktiviteten er reiseliv.

Ikke museum

Kulturarven er historien, bygningene, gjenstandene og aktiviteten knyttet til fiskeriene. Bygningene er intakte og de er ikke blitt endret av brann eller riving for å gi plass til nye bygninger.



Stempel til tørrfisksekker.

Foto: Richard Sandnes

- Fiskeværet skal ikke være et museum, men vise hvordan stedet en gang var, sier Jacobsen. Restaureringen av bygningene er gjort i tråd med ny reguleringsplan og innenfor eksisterende bygningsmasse.

Betale for besøk

Nusfjord har 60 000 besøkende i løpet av året. Turistene kommer på grunn av stedets historie og kystkulturen. For et års tid siden var det store diskusjoner hvorvidt det var riktig å ta betalt for å besøke Nusfjord.

- Vi er ikke så lite stolte over å ha fått de besøkende til å betale 30 kroner i inngangsbillett, for å finansiere drift og vedlikehold av dette unike stedet, forteller Jacobsen.



I løpet av året har 60 000 besøkt det gamle fiskeværet Nusfjord.

Foto: Riksantikvarens bildearkiv.

Etatsmuseum I løpet av våren 2008 vil det starte et arbeid for å opprette et etatsmuseum for Kystverket etter en nettverksmodell, skriver Fiskeri- og kystdepartementet. I budsjettforslaget blir bevilgningen til kystkultur styrket med 3 millioner kroner til dette formålet.

- Etableringa av et etatsmuseum er et viktig bidrag for å få dokumentert sentrale sider av norsk historie og norsk kystkultur, sier fiskeri- og kystminister Helga Pedersen.

Det er utarbeidet en modell for å etablere et etatsmuseum for Kystverket, som bygger på videreutvikling av dagens fyrmuseumsnettverk. Koordinator for etatsmuseet blir fyrmuseet på Lindesnes, i tilknytning til Vest-Agder fylkeskommunes tusenårssted. Det forutsettes at lokal og regional delfinansiering kommer på plass, slik at også de tre andre enhetene i nettverket - Tungenes fyr i Rogaland og samlingene i Dalsfjorden i Møre og Romsdal og Lofotmuseet i Nordland - kan utvikles videre. Modellen legger til grunn ei årlig statlig finansiering på 6 millioner kroner, mens det på lokalt og regionalt nivå forutsettes bidrag på 4 millioner kroner.

Underbakkes hotell, Suldal, Rogaland
Foto: Axel Lindahl © Riksantikvaren





Rorbueene er innvendig pusset opp og innredet for turistene. Nusfjord er ett av pilotprosjektene i "Den verdifulle kystkulturen". Foto Trond Taugbøl©Riksantikvaren.



I Nusfjord henger tørrfiske på hjellene, over torskehodene, sirlig buntet og tredd på snøre. Foto: Stephan Tschudi-Madsen©Riksantikvaren.

Nusfjord er et av de første stedene, som ikke er museum, hvor folk må betale for å komme inn på området. Pengene bidrar til driften av stedet. Det er bygget nye rorbuer utenom hovedhavnen, disse er til salg og midlene vil bidra til utvikling av fiskeværet. Reiselivssatsingen bidrar til å legge mer penger igjen i kommunen, både gjennom vedlikehold av bygningene og forbruk av varer og tjenester.

Arbeidsplasser

Arbeidet med restaurering og vedlikehold av fiskeværet gir arbeidsplasser, likedan bygging av nye rorbuer. I tillegg til at eieren har bidratt med flere millioner, har det offentlige gitt 3.5 millioner kroner til istandsetting av Storbrygga, som er

blitt restaurant. Finansiering gjennom Verdiskapingsprogrammet og Innovasjon Norge har også vært avgjørende for driften av Nusfjord som reiselivsprodukt. I restauranten serveres det mat basert på lokale råstoffer. Restauranten er viktig for kurs- og konferansemarkedet; dette markedet gir også økt belegg på rorbueene. Totalt gir restaurantdriften og tilhørende tjenester arbeid for to personer på heltid og åtte deltidsansatte i sommerhalvåret. Les mer om Nusfjord og hva stedet har å tilby på www.nusfjord.no

– Fiskeværet skal vise hvordan det en gang var her, sier Rolf Jacobsen som står i butikken. Foto: Richard Sandnes.



- Hva trekker turister til



Foto: Venstre

Eivind Brenna, ordfører i Vestre-Slidle

– Jeg tror at kultur og tradisjoner er det som kommer til å trekke turister framover. Derfor har vi satset som vi har gjort i Valdres med å lage en natur- og kulturpark som er Norges første. Denne ble etablert i vår og baserer seg på en 10 års-avtale mellom seks kommuner og næringslivet i Valdres. Målet er å trekke turister.



Foto: Signe Ihlen Tonsberg©Riksantikvaren

Hanne Toftdahl, reiselivsrådgiver, Vista Analyse AS.

– Norge er et ganske røft land og det er fortsatt landskapet vi byr på, sammen med fred, ro og stillhet. Kulturen betyr mye. Hva hadde Geirangerfjorden vært uten hyllegårdene og deres fortellinger? Det er ikke lenger bare den betraktende turist, men den aktivt deltagende turist som besøker landet vårt. Stedegen mat betyr stadig mer. Miljø har vi ikke vært best på. Der må vi skjerpe oss. Høy kvalitet er viktig, men ikke nødvendigvis høy standard.

I steder i Norge i dag?



Foto: NHO

Hilde Charlotte Solheim, direktør NHO Reiseliv

– Det er naturen og historien vår som trekker turister. Vi har et kulturlandskap som er unikt i verden. Det er det som kan trekke gjester utenfra til Norge. Gjestene ønsker ikke å oppleve attraksjonen som en kulisse, men de vil gå inn i opplevelsen. Enten det handler om natur, et spennende bomiljø eller kortreist mat med lokale tradisjoner og historie.



Foto: Roar Strand©Vågå kommune

Rune Øygard, ordfører i Vågå

– Levande lokalsamfunn med identitet og særpreg trekkjer turistar. Det er viktig å vise fram ei fortid. Ein identitet som viser folk og dyr sin bruk av naturen og kulturlandskapet. Stader er avhengige av at det bur folk der, og at det er vilje og evne til å ta vare på kulturminne, lokale tradisjonar og særpreg.



Foto: Harald Berge

Gerd Kjellaug Berge, Selje hotell

– Hos oss er det Selje kloster som er nummer ein. Eg har stor tru på at kunst og kultur pluss kulturlandskapet vårt trekker til seg dagens turist. Etter 32 år på Selje hotell ser eg er det klart at klosteret og helgenanlegget på Selja med Sankta Sunniva-hola og klosteranlegget er den største attraksjonen. I tillegg er det det berykta Stadhavet og Stadhalvøya. Også er det dei gamle historiske stadene som Dragseidet, Ervik og Vestkapp som lokkar turistar hit.



Foto: Odd Vanebo

Edmund Harris Utne, fjerde generasjon hotelleier

– Det som trekker det er jo kulturen i landskapet. Det er det menneskeskapt i den fantastiske naturen som gjør Norge så veldig spesielt. Ikke bare har vi en helt spesiell kultur, men denne kulturen er i en fantastisk natur. Kulturen er bygget opp av norske kvinner og menn gjennom årtider. Det er her identiteten vår ligger. Det er derfor det er så viktig at denne identiteten er tilgjengelig for turistene. Ute i distrikts-Norge finner du kulturen in natura. I byene er kulturen ofte konserverv i museer og lignende. Det er viktig at kulturen i naturen må være ekte vare, utformet og fortsatt håndtert av generasjoner som har holdt denne vedlike.

Børs og katedral

– to sider av same sak?

I reiselivet er stadig fleire på leiting etter unike opplevingar.

På Jørundgard Middelaldersenter i Sel og Valbjørgard i Vågå kombinerer dei kultur og reiseliv.

Mathias Øvsteng,
Norsk Kulturarv

- Det er ikkje like lett å laga seg ferie åleine, seier Øystein Ulen, som har hatt suksess med Kristinspelet på Jørundgard, middelaldergården som vart oppført og brukt som location i filmen om Kristin

Lavransdatter. - Det er lett å bestille ei reise, men ikkje like lett å fylle den med noko. Folk må ha hjelp til dette – og det kan vera ein mekanisme når vi ser at folk i aukande grad oppsøker dei mange og ulike spel rundt om i reiselivs-Norge. Ein annan mekanisme kan vera den sosiale dimensjonen: Det er både trygt og triveleg å oppleva noko saman med andre. Dette at fleire oppsøker den same opplevinga, gir også på sitt vis ein garanti for kvalitet. Samtidig inneber denne typen kvalitet ein viss eksklusivitet, og bør

altså ikkje blir for stor – og dermed lettare standardisert. Folk vil gjerne fortelja andre at dei har funne fram til noko spesielt ved reisa.

Plass for historia

Jørundgard er spesiell på den måten at det gardstunet er ein rekonstruert historisk ”autentisitet”. Viktige suksessfaktorar for eit slikt produkt i ettertid vil vera å skapa nye produkt og nye aktivitetar på staden – meir eller mindre uavhengig av den opphavlege identiteten, meiner Øystein Ulen, som likevel legg vekt på at det må vera plass for historia i all utvikling.

Skjeringspunkt

Ulen seier dette om skjeringspunktet mellom kultur og kommers: – Dei to fenomena er i utgangspunktet prega av svært ulik tankegang: Kulturarbeid representerer eit ønske om å dele opplevingar. Kommers har som tankegang å trekkje ut fordelar og overskot i form av pengar. Skal vi få til eit vellykka samarbeid, bør dei ulike miljøa ta seg av det dei kan: Dersom kulturen ikkje får ha sin eigen identitet som utgangspunkt, men blir overstyrt av kommersen, blir den ofte kjedeleg.

Det må liggje ein levande kulturell tanke bak opplevingane om ein skal skapa vellykka kommers!

Auke i trafikken

Valbjørgard i Vågå representerer ei autentisk og lang historisk line i sitt reiselivsprodukt. Overnatting, mat og oppleving er gjennomsyra av den spesielle kvaliteten gjesten finn akkurat her, på ein stad som blir drivi fullt og heilt også som gard med jordarbeid og dyrehald – i tillegg til at den er ei reiseoppleving. Vertskapet Kai Valbjørg og Live Hosar kan registrere ein markant auke i trafikken i år samanlikna med tidlegare. Dei meiner dette kan forklarast ut frå fleire faktorar: Valbjørgard har drivi målretta produktutvikling og marknadsføring av sitt småskalaprodukt gjennom mange år, med størst satsing dei siste fem-seks. Garden deltar i fleire nettverk, til dømes Norsk bygdeturisme og gardsmat, Bed & Breakfast Norway, Kulturgardar i Gudbrandsdalen med arrangementet Gardmillom, og som næringsmedlem og innehavar av kvalitetsmerket Olavsrosa i Norsk Kulturarv. Kai Valbjørg viser også til den store marknadsføringsverdien som ligg i meldingane ”frå munn til øyra”. – Vi har lagt vekt på formidlingsdelen og vertskapsrolla, og får mange attendemeldingar som gjer at vi trur vi er på rett veg. Vi prøver å halde fast ved noko levande og ekte og som ikkje alltid er til berre for gjestene, men noko som blir – kall det eit daglegliv – her på garden.

”Markens Grøde”

Gjennom si formidling av kulturarven er Valbjørg eit godt døme på at hus og miljø best får sitt vern gjennom aktiv bruk. Eksempelvis fylte Valbjørglæven med tre framsyningar av Knut Hamsuns ”Markens Grøde” i sommar – ei spesiell dramatisering av nobelprisromanen som nå har vore vist snart hundre gonger i låvebygningar rundt om i landet. Ikkje mykje å tene

Kristin (Charlotte Frogner), Erlend (Paul Ottar Haga) og Eline (Hildegunn Hovde) frå Kristinspelet på Jørundgard. Foto: Tor Alvheim





Dans på markedet, Kristinspelet. Foto: Anita Juvstad

pengar på i seg sjølv i forhold til eigeninnsats og kostnader, meiner vertskapet. Men ein del i ei langsiktig utvikling der kulturopplevingar i eit eigenarta miljø vil vera berebjelken.

Småskala

Også vertskapet på Valbjør registrerer at reiselivsopplevingar med basis i kulturminne for tida er ein aukande del av reiselivsmarknaden. Dei har altså satsa til rett tid, men tener dei pengar på dette? – Utdfordringa blir nettopp å ha litt att også i pengar, slik at satsinga blir attraktiv både for oss og komande generasjonar, seier Kai Valbjør. – Det ligg mykje idealisme bak når ein i det heile startar med eit slik prosjekt, og at ein set pris

på til tider å ha mykje folk rundt seg på garden. Etter ein del år kan vi sjå at det kan bli til noko i økonomisk lei, men det er krevjande i og med at vi er – og skal vera – ei småskala reiselivsbedrift. Det er på ein måte det som er noko av attraksjonen.

Men prisane må vera rette både for oss og publikum, seier Kai Valbjør. – Vi må ha eit to- eller fleirpris-system. Eksempelvis bør eit firma kunne kjøpe ei eksklusiv “pakke” til høg pris. Ein barnefamilie bør kunne få eit opphald og ei oppleving til ein pris som er overkomleg for dei. Mellom desse ytterpunkta bør det finnast fleire pris-klassar innafor det spektret vi tilbyr. Slik kan vi formidle reiseopp-

levingar til flest mogleg, samtidig som dette betyr aktivt kulturminnevern. Vern og bruk er med andre ord to sider av same sak.

“Låvetour 2009” på Valbjør med Juni Dahr som Inger og Gard B. Eidsvold som Isak Sellanrå. Foto: Mathias Øvsteng



Nasjonale turistvegar Regjeringa held fram den aktive satsinga på Nasjonale turistvegar og gjer framlegg om å løyve 100 millionar kroner til prosjektet som blir leia av Statens vegvesen, skriver Samferdselsdepartementet.

– Med denne sterke satsinga legg vi til rette for at også private og andre offentlege aktørar enklare kan følgje opp innanfor sine område, slik at vi kan sjå fram mot eit ferdig prosjekt i 2015, seier samferdselsminister Liv Signe Navarsete. Løyvinga for 2008 er ei vidareføring av det høge nivået frå 2007. Prosjektet Nasjonale turistvegar omfattar 18 strekningar som innan 2015 skal utviklast til turistattraksjonar. I løpet av 2008 skal Turistveg Rondane ferdigstillast, og Turistveg Sognefjellet og Gamle Strynefjellsvegen får fornya sin status.

I haust ble Norsk Kulturarv's første ærespris gitt av daværende miljøvernminister Helen Bjørnøy på Trollstigplatået i Møre og Romsdal til vegdirektør Kjell Bjørvig i Statens vegvesen.

– Nasjonale turistvegar representerer ei sjelden samtenkning av natur, kulturlandskap, arkitektur, historie, formidling og reiselivsprodukter, skriver Norsk Kulturarv's heimesider.

Hvem?



Foto: Jon Suul, Kulturminnefondet.

**Bjørg
Wallevik**

Hvorfor?

Styreleder i Norsk kultur- minnefond

Kulturminnefondet har økt fra 200 millioner kroner til 1 milliard i fondskapital fra det startet opp i 2002. Rentene fra disse pengene går til gode prosjekter.

- Hva er du mest stolt over at Kulturminnefondet har fått til i løpet av den første fireårsperioden?

- Jeg er svært glad for den positive veksten, det gjelder både fondets størrelse og den gode og solide etableringen på Røros. Vi startet med en ansatt, daglig leder Jon Suul, og er nå seks personer i administrasjonen. Fondet har økt fra 200 millioner kroner til 1 milliard på seks år og i samme tidsrom og har antall søknader økt betydelig.

- Kulturminnefondet er evaluert av Norsk institutt for by- og regionforskning, og som styreleder har du sikkert din egen, personlige evaluering. Hva mener du er de viktigste utfordringene for fondet i den kommende fireårsperioden?

- Vi skal motivere og inspirere folk til å engasjere seg innen kulturminnefeltet ved å bidra med

økonomisk støtte og faglige råd til gode bevaringsverdige prosjekter. Kontroll av ferdigstilte prosjekter må få høyere prioritet.

- Fondet har til formål ”å sikre at et mangfold av kulturminner og kulturmiljøer bevares og aktiviseres som grunnlag for opplevelser, kunnskap, utvikling og verdiskaping”. Det er altså klare ambisjoner om at fondet skal bidra til å bruke og skape

verdier av kulturarvsressursene, i tillegg til å bevare dem. Hvor står fondet når det gjelder å realisere dette målet?

- Jeg mener styret er svært bevisst når det gjelder formålet med fondet, og bruker disse aktivt i tilskuddsvurderingene.

- Hva gjør fondet for å få til slike resultater?

- Gode prosjekter som også har allmenn interesse, skårer høyt. Den

Skageflå i Møre og Romsdal er et av flere kulturminner som har fått støtte av Kulturminnefondet. Foto: Lisen Roll@Riksantikvaren.



kulturhistoriske kvaliteten på søkerprosjektet er selvsagt av avgjørende betydning.

- Har Kulturminnefondet vært bedre på "bevaringsmålet" enn på "aktiveringsmålet"?

- Vi startet nok i begynnelsen med å ha "bevaringsmålet" høyst hevet, men har nok dreiet stadig mer i retning av "aktivitetsmålet". Vern gjennom aktivt bruk, føler jeg er blitt stadig mer aktuelt som en del av vurderingen.

- Kulturminnefondet har en sentral rolle i verdiskapingsprogrammet på kulturminneområdet ved at Miljøverndepartementet kanaliserer mye av sin finansiering gjennom fondet. Hvordan ser du på denne rollen?

Verdiskaping er en viktig del av kulturminnefondets grunnlag. Det kommer klart fram i formålsparagrafen. Verdiskapingsprogrammet forsterker dette, noe jeg synes er utfordrende og spennende.

Alt tyder på at kulturminnefeltet kan bli en viktig del av opplevelsøkonomien. Utfordringen

kan bli å ikke fire på kvalitet. Produktet må være genuint og ekte, ellers mister det sin kraft.



Norsk kulturminnefond ligger i Bergmannsgata på Røros.

Foto: Norsk kulturminnefond

Fysisk planlegging og opplevelsøkonomi i Danmark

Enheten for fysisk planlægning og oplevelsesøkonomi er navnet på den nye enheten som i september ble opprettet i den danske Kulturarvstyrelsen. Bakgrunnen er blant annet publikasjonen "Kulturarv en værdifuld ressource for kommunernes udvikling". Dette er en analyse av hva den nye kommunereformen i Danmark ville medføre av endrede oppgaver, blant annet når det gjelder planlegging og bevaring av kulturarven. Den nye enheten, som skal bestå av fem personer når alle er på plass, skal arbeide med oppgaver vedrørende planlegging i kommunene, og se på kulturminner i relasjon til opplevelsøkonomi (verdiskaping) og turisme. Videre skal den være rådgivende på kulturområdet og når det gjelder landskapsområder. En viktig oppgave blir å følge opp arbeidet med å videreutvikle 25 spesielt utpekte industrikulturminner i relasjon til planlegging og opplevelsøkonomi. Det blir også viktig å følge opp forsøket med kulturarvskommuner, som nå er avsluttet, og finne ut hvordan resultatene og erfaringer i fire forsøkskommuner kan benyttes og videreutvikles i andre kommuner.

"Industri, Industri 25 stk. dansk kulturarv",

Industrien er en verdifull del av kulturarven. Dette ble fastslått av Europarådet allerede i 1990, og allerede da var man i full gang med å planlegge den langsiktige bevaring av industriområder i Tyskland og England. Norge og Sverige fulgte opp dette arbeidet, og det ble laget strategi og verneplaner for å bevare vesentlige industrimonumenter.

I disse dager har Danmark valgt ut de siste av totalt 25 industriminne som sammen danner en mosaikk av den danske industri gjennom 150 års historie.

I den anledning har Kulturarvstyrelsen gitt ut boken "Industri, Industri 25 stk. dansk kulturarv".

Med i utvalget er "Carlsberg", "Coop Danmark" i Albertsund, "Den brune og den hvide kødby" og "Roesukkerfabrikken Lolland".

Fyrstasjonane i Noreg er no automatisert og den siste fyrvaktar flytta fra Bøkfjord fyrstasjon i desember 2006 – dermed er det slutt på ei ca 350 år lang historie med bemanna fyrstasjonar i Noreg. Kystverket er framleis eigar av dei fleste fyrstasjonane, som no vert leigde ut til ulike formål og til enkeltpersonar, kommunar, lag og foreiningar.

Sølvi Helen Hopland er ei av mange kvinner som har leigeavtale med Kystverket.

Det begynte med ein draum...

Ulvesund Fyr stod tomt og til forfall då eg endå ein gong passerte på veg heim på påskeferie i 2001. Overgrodd hage, rustne takrenner som hang og slang i vinden, flassande maling og mosegrodde tun var fyrstasjonen sitt ytre. Men lyset blinka som før, og minna frå varmen inne i husa då fyrvaktarane og fyrfruene budde der, var levande.

Sølvi Helen Hopland

Mot Stadt og åpent hav. Ulvesund Fyr er eit led-/inseglingsfyr som vart oppretta i 1870. Foto: Ruth Maria Rasmussen.



Det begynte med ein draum – basert på gode barndomsminne frå det bemanna fyret, og på erfaringar frå nabofyret, Kråkenes Fyr. Den tre månader lange sommarferien eg hadde, som folkehøgskulelærer, og lengselen etter sterkare røter i oppvekstkommunen, var også utslagsgjevande. Brått stod det klart for meg at ein draum fører ingen stad om ein ikkje byrjar å jobbe i ei retning. Dermed var eg i gang. Telefonar, brev, oppmøte – eg jobba målbevisst mot draumen: Å starte ein kreativ fyrkafé med overnattingsmulegheiter på Ulvesund Fyr. Å la andre få del i

dei gode opplevingane eg hadde i barndommen, av bugnande ripshage, sjelefred og idyll, musikkopplevingar, fellesskap og god mat. At fyret skulle bli eit lyspunkt i kvardagen på meir enn ein måte.

Utfordringar

Det mangla ikkje på åtvaringar – om kor mykje arbeid det kom til å bli, og kor håplaust det var å prøve å få leige. Men eg hadde fått trua, og tenkte at det like godt kan vere eg som dei som får rett. Klart det har vore utfordringar og hardt arbeid. Og problemstillingar som har dukka opp heile vegen. Ei total oppgradering måtte til, ute og inne, og tilrettelegging til å bli kafé måtte til; etter kvart brønnboring, UV-filter, kalkfilter, steamer, kassaapparat, kaffemaskin, parkeringsplass, elektrisk oppgradering, rørleggararbeid, entreprenørarbeid, snekkerarbeid, hagearbeid, interiør og dekor, marknadsføring, profilering m.m..

Suksessfaktorar

På Ulvesund Fyr er trivselen høg blant bidragsytarar og gjester. Vi har spesialisert oss på heimelaga mat, basert på hage og hav, og på heimelaga musikk og handarbeid. Fyrhagen bugnar av bær, urter og eple, og vi plukkar og plukkar, frys ned, saftar, syltar, lagar terter og muffins og pai og dessertar av dette som fyret sjølv medverker med til drifta. Og det er svært populært.



– Eg har sjølv allereie medverka til at andre har flytta hit, fordi eg er begeistra, seier Sølvi Helen Hopland. Foto: Kari Midtgård Råsberg/Fjordenes Tidende.

Men for å komme i møte den urbane, yngre og kanskje utanlandske gjesten, har vi også ein variert og moderne kaffemeny. I vår vesle fyrbutikk sel vi handarbeid, smykker og glaskunst laga av familie og venner av fyrvertinna. Og CD-ar med min heimelaga musikk går også unna i sommar-sesongen. Mest fotograferte er likevel dei to maskottane våre; fyrgeitene vi har i hagen om sommaren. Dei elsker klapp og kos, og trivs best ved gelender rundt gamlelykta, eller i ripsbuskene. Dei medverker også til mange samtaler, og til eit levande og sprøsk utemiljø.

For store og små

Vi har prøvd å legge til rette for alle aldrar, og for at store og små barn kan utfolde seg. Vi har hengekøye med havutsikt, huske i bjørka, paradishopping, utlån av malesaker, tilgjengeleg keramikkkverkstad og utlån av spel og musikkinstrument. Om fyrvertskapet set seg til pianoet og tek ein song, eller drar i gang litt allsong, blir det sett ekstra pris på av gjestene.

Kva gjer at eg kan gå vidare?

Fyret blir fort fullt. Der er kun to soverom. Når næraste nabo hus vart

for salg, tok eg sjansen på å kjøpe det til fyrprosjektet. No har vi meir enn dobla sengekapasiteten, og har eit variert overnattingstilbod. På fyret må kjøkkenet vere bemanna, men i nabohuset er der to kjøkken som gjestene kan disponere sjølve. Eg har ikkje angra ein dag på dette økonomiske løftet, og ser det som ei svært viktig investering for auka omsetning.

Ein optimist er også ein realist

Vågsøy kommune er ein fråflyttingskommune, men gjennom responsen frå fyrgjestene sidan starten i august 2003, ser eg det som eit spørsmål om tid før turistane har oppdaga ytre Nordfjord, og før fleire får lyst å busette seg her. Folk er begeistra over landskapet her like sør for Stad, og klassifiserer det saman med Lofoten. Vi som jobbar i reiselivsnæringa i kommunen, får del i begeistringa frå dei sommarbesøkande. Og vi er fleire som trur på vekst i næringa, og at vekst i reiselivsnæringa også vil kunne føre til tilflytting. Fantastisk natur, solide, billige hus med hagar og havutsikt, trygge omgivnader, spennande vér, små skular og oversiktlege forhold må ein dag trekke til seg folk som er lei av storbyen.

Med dette i tankane, satsar eg optimistisk frå sesong til sesong. Utfordringane blir heile vegen å innrette seg slik at veksten kan taklast, og at arbeidsmengda ikkje blir for stor

Tillit og heia-rop mot fråflytting og forfall

Eg er utruleg glad for at Kystverket viste meg den tilliten at eg fekk lov å leige Ulvesund Fyr. Dei har støtta meg aktivt sidan starten, noko som har betydd mykje. Innovasjon Norge har også vore ein særskilt viktig oppmuntringsfaktor. Å få den nødvendige støtten til å kunne få utfolde seg kreativt på fyret har forandra livet mitt. Til dømes har eg flytta tilbake til heimkommunen min, kjøpt fleire hus her og knytta meg til staden igjen. I tillegg har eg fått eit fyrnettverk rundt i landet, og dels også utanfor landet sine grenser. Menneske eg har møtt på fyret, har mykje å seie for både meg og for fyrdrifta. Eg trur at for å hindre fråflytting frå småkommuner, er dette viktige ingrediensar: Gje tillit. Ønsk velkommen heim. Følg opp. Medverk til trivsel. Stå på sidelinja med heia-rop. Det vil garantert bere frukt. Eg har sjølv allereie medverka til at andre har flytta hit, fordi eg er begeistra. Og no håpar eg at arbeidet med å legge særleg til rette for lokal ungdom på fyret, gjennom konfirmantdøgn, kreative skuledagar og ukentleg TenKlubb, vil skape gode minner frå oppvekstkommunen, slik at dei får lyst å komme tilbake hit når dei er ferdig utdanna.

– Og kven er du då?

Foto: Sølvi Helen Hopland



Reiseliv og stedskunst

Lange stopp for matpauser og middag på Dovrebanen. På strekningen Oslo-Trondheim var Hamar et av stoppestedene for middagspauser under reisen. Jernbanerestauranten på Hamar rommer fortsatt en skatt som byens innbyggere kan være stolte av.

En turist som ankommer et nytt og fremmed sted har behov for å orientere seg i stedets landskap og omgivelser. En jernbanestasjon er ofte første møte med en by, og gir et anslag til de lokale opplevelsene som venter. I den gamle jernbanerestauranten på Hamar stasjon ser vi spor av slik turistreklame. Står vi midt i rommet, ser vi et spesielt panorama. Maleriene i åtte vegg-nisjer og i buen under taket viser motiver fra nærområdet i Hamar og Ringsaker. I veggmaleriene gjenkjenner vi Høsbjør Hotell i Furnes og et parti fra Nes og Helgøya. Som juvelen i kronen er Hamars gamle domkirkeruin avbildet i buefeldet under taket.

Teatermaler Jens Wang

I forbindelse med ombygningsarbeider på Hamar stasjon rundt 1920, ble interiøret i restaurantsalen dekorert av teatermaler Jens Wang – en ikke ukjent mann i samtiden, men relativt glemt i ettertid.

Domkirkeruinen: *Velkjent landemerke på Hamar, her i Jens Wangs versjon. Dekorasjonen er tatt vare på, selv om kafedriften er slutt, er rommet nå intakt og nylig fredet. Foto: Jens Erik Jensrud, Hamar Arbeiderblad.*



Jernbanerestauranten ble nylig fredet av Riksantikvaren, og en av hovedgrunnene var å sikre disse særegne Wang-maleriene varig liv i sitt opprinnelige miljø.

At jernbanerestauranten er dekorert av en teatermaler var ingen tilfeldighet. Wang hadde malt flere dekorasjoner i private hjem i Mjøs-regionen. Han var egentlig utdannet billedkunstner, men det var altså teaterkunsten som ble hans viktigste arena.

Scenograf

Jens Wang (1859–1926) var landets første betydningsfulle teatermaler. Han var scenograf ved Nationaltheatret fra teatret ble startet i 1899. Her ble han sjef for malersalen og jobbet nært sammen med teater-sjefen og instruktøren Bjørn Bjørnson. Wang utformet kulisser til en rekke skuespill av Bjørnson og Ibsen ved Nationaltheatret. Han sto bak scenografiske verk til nærmere 200 oppsetninger på



teateret i perioden 1899-1926. Wang bidro sterkt til utformingen av sceneteppet på Nationaltheatret, som brant i 1943, men som fortsatt er i bruk gjennom en kopi. På Drammen Teater finner man en original typedekorasjon av Jens Wang fra 1912; et scenemaleri som skal ligne en stor sal med marmorvegger.

Friluftsmaler

Fra tidlig i 1880-årene hadde Wang gjort seg bemerket som friluftsmaler. I 1882 begynte han på Den kongelige Tegneskole i Kristiania. Her studerte han om kvelden med Christian Krohg som lærer. Sammen med Edvard Munch, Kalle Løchen, Halfdan Strøm og Gustav Wentzel, ble Jens Wang med i kretsen som dyrket friluftsmaleriet og sto i opposisjon til ateliermalerne som avbildet naturen i sine atelierer etter oppteegnede skisser. Både Munch, Løchen og Wang malte ofte motiver i friluft i Oslos gater. Mens Edvard Munch foretrakk å male motiver ved



Maleriene med turistmotiv i jernbarestauranten på Hamar kan være et bidrag til å sikre Jens Wang en plass i norsk kunsthistorie. Foto: Jens Erik Jensrud, Hamar Arbeiderblad.

Akerselva, brukte Jens Wang utemotiver fra gatene på Skillebekk. Trioen Munch, Løchen og Wang delte atelier i en bygning som var smal og lang, og ble kalt "Pultosten".

Høstutstillingen

Jens Wang debuterte på Høstutstillingen i 1883 med et maleri i kraftige farger og impresjonistiske penselstrøk. Samme år dro han til Paris for å utvikle seg som kunstner. Litt senere i årene 1885-88 studerte han ved Academie Julien i den franske metropolen. Da han kom hjem til Kristiania i 1888, hadde han moderert seg i fargebruken og videreutviklet sine figurative tegneevner. Han malte

stadig bymotiver, men nå i en mer forsiktig fargeskala, og med en mer utpenslet maleriteknikk. I 1896 stilte han ut hos Blomqvist Kunsthandel i Oslo. I 1889 deltok han med maleri på Verdensutstillingen i Paris og fikk hederlig omtale ("mention honorable").

Allsidig kunstner

I tillegg til å holde en rekke utstillinger, var Wang engasjert på flere områder. Han satt i hovedkomiteen for Jubileumsutstillingen på Frogner i 1914, og var en av de ansvarlige for restaureringen av Eidsvoll-bygningen i 1910. Et tiår senere lagde han dekorasjonene på Hamar. Jens Wang var kontinentalt orientert, og ble en sentral person i

arbeidet med å høyne det kunstneriske nivået innen norsk teater- og dekorasjonskunst. Han fikk store oppgaver i utlandet. I Paris ble Wang engasjert som scenograf for dekorasjoner til oppføringen av Ibsen-stykket "John Gabriel Borkman" på Théâtre de l'Oeuvre i 1897. Igjen arbeidet han i nærheten av Edvard Munch som tegnet teaterplakaten til oppsetningen. Jens Wang lagde også setdekorasjoner til den danske filmregissøren Carl Th. Dreyers stumfilm "Glomdalsbruden". Dreyer som allerede var internasjonalt berømt for sin film "Jeanne d'Arc", spilte inn dette familiedramaet i et lagerskur på Akershus festning høsten 1925.

Et viktig kulturminne

I 25 år dominerte Jens Wang det norske teatermaleriet. I denne perioden brakte han norsk scenografi ut av bakevjen som den hadde befunnet seg i siden tidlig på 1800-tallet. Selv om Wang har fått en lite bemerket plass i kunsthistorien, er hans malerier og scenebilder av stor interesse fordi de ligger i skjæringspunktet mellom den etablerte tradisjonen og samtidens nye uttrykksformer. I norsk sammenheng framstår derfor Jens Wang som en betydningsfull formidler av internasjonale impulser, og som en fornyer innenfor sjangeren dekorasjonsmaleri og teatermaleri. En kjent teaterkritiker skrev en gang etter en teaterpremiere; «Vår Herre har meget å lære av Jens Wang».

Kaare Stang, Riksantikvaren

En lengre versjon av artikkelen har vært trykket i Hamar Arbeiderblad.

Utviding av Industriarbeidarmuseet Regjeringa foreslår ei løyving på 8 millionar kroner til utviding av Norsk Industriarbeidarmuseum på Rjukan, skriver Kultur- og kirkedepartementet. I tillegg foreslår regjeringa ei styrking av drifta ved Norsk Industriarbeidarmuseum med 1,1 million kroner. - Norsk Industriarbeidarmuseum er eit svært viktig museum og kulturminne med både lokalt, regionalt og nasjonalt nedslagsfelt. I 2008 vil rehabiliteringa og ombygginga verte ferdigstilt. Bygget vil gje betre forhold for publikum og betre lokale for undervisning, dokumentasjon og forskning, seier kultur- og kyrkjeminister Trond Giske.

Lokal kultur i Merkevaren Norge

Merkevaren Norge fokuserer på tre grupper turistar som marknadsføringa i utlandet skal rette seg mot. Det er turistar som ønskjer opplevingar i vakker og rein natur, oppleving av lokal kultur og levemåte og aktive naturopplevingar.

Eivind Brendehaug,
Vestlandsforskning

Fire opplevingsområdar er valt som spydspissar i profilering av Noreg: Fjord- og fjellandskapet, kysten og kystkulturen, fjell- og villmark og det arktiske Noreg. Fjord- og fjellandskapet er ”fyrtårnet” fordi Innovasjon Norge ser på dette som det mest unike og det produktet som er mest attraktivt.

Aldri tidligare har lokal kultur og levesett vore så fokusert som no i Merkevaren Norge. Det gir koplingar og moglegheiter for dei som arbeider med lokalsamfunnsutvikling basert på formidling og utvikling av lokal kultur.

Reiselivsnæringa treng hjelp for å få fram opplevingar som baserer seg på det sereigne, det ekte og levande. Til gjengjeld kan ein allianse mot reiselivet styrke lokale krefter som ønskjer å formidle og integrere kulturarven i lokal næringsutvikling.

Utvikling med vern

Styresmaktene er ute etter metodar for å styrke den lokale legitimiteten for vern av større naturområdar. I Sogn og Fjordane har Fylkesmannen gjennom Naturbruksprosjektet gjennomført utviklingsprosessar i lokalsamfunn med verneområde for å stimulere næringsutvikling basert på natur- og kulturarven. Modellen vert no vidareført i verneprosessen i Breheimen og i partnerskapen for å utvikle Nærøyfjorden Verdsarvpark. Vestlandsforskning følgjevaluerar desse to prosessane. Ein av



”Smak sakte”-festivalen vart gjennomført i Aurland i oktober med eit mangfald av aktivitetar for store og små. Den viste samanhengen mellom matkultur, landskap, biologisk mangfald, historie og lokal kunnskap, og korleis denne kunnskapen kan bidra økonomisk til lokalsamfunnet. Foto: Pascale Baudonnel.

hypotesane vi arbeider etter er at integrering mellom næringsutvikling og forvaltning av verneområdet vil styrke den lokale legitimiteten til vernet. Ein annan hypotese er at næringsutvikling basert på lokal kultur, kulturminnar og tradisjonelle levemåtar ikkje berre vil styrke lokalbefolkninga sin interesse for å ta vare på desse verdiane, men at det også vil styrke legitimiteten til områdevern.

Kanskje vil vi finne det motsette: at å freiste å integrere næringsutvikling og verneforvaltning vil føre til auka konflikhtar og svekking av vernet. I Nærøyfjorden, som i mange andre område i landet, er kulturobjekta ein integrert del av naturmiljøet ved at menneska som skapte bygningane, tuna, ferdselsårene, landskapet og bruken av dette framleis lever i naturmiljøet. Å gi lokalbefolkninga økonomisk rom og høve til tilpassingar for å ta vare på desse verdiane vil forankre kulturvernet. På same vis kan eit lokalt tilpassa områdevern styrke legitimiteten for vern generelt. Slik sett kan natur-

og kulturvern gjensidig styrke kvarandre.

Fellesgode

Mange av kulturverdiane i Nærøyfjorden er fellesgode som alle kan nyte godt av utan å betale for dei, men som også vert påverka av utnyttinga av godet og andre aktivitetar i lokalsamfunnet. Steinmurane til dei gamle strandsittarplassane på Bakka i Nærøyfjorden tek t.d. skade av bølgene frå skipstrafikken, kulturlandskapet gror att fordi det vert stadig færre husdyr på beite og den gamle postvegen langs fjorden må haldast vedlike for å vere attraktiv for turistane. Bøndene og grunneigarane langs fjorden må sjølve ta hand om vedlikehaldet, men får ikkje vederlag for arbeidet frå transportselskapa eller cruise-rederia som trafikkerar fjorden. Det manglar med andre ord eit system for å skape samanfall mellom aktivitetane som gir inntening frå turistane basert på fellesgoda, og aktivitetar som held desse fellesgoda ved like.

Hva bygrunnen kan åpnebare

Gravingen på Torvet i Gamlebyen i Fredrikstad har fått fram et gårdsanlegg som brant i 1672. Nå er det planer om at de arkeologiske arbeidene skal bli et åpent visningsvindu for publikum neste år.

Tove M Thøgersen, museumsbestyrer Fredrikstad Museum

Festningsbyen Fredrikstad, eller Gamlebyen som den kalles, ble anlagt i 1567. Dette var 30 år for sent til at den i dag ville ha blitt et automatisk fredet kulturminne. To ganger har det blitt gravet i bygrunnen de siste årene og det er gjort spennende funn. Vi har fått ny viten om byens tidlige århundrer. Funnene er nå i museets utstillinger. I forbindelse med omlegging av vann- og kloakkledningen i Gamlebyen i fjor måtte torvet og gaten graves opp. Et viktig dokumentasjonsarbeid er utført, der alle kulturlag måtte fjernes for å gi plass til pukk og asfalt før brolegningen ble lagt tilbake igjen. Brannen i 1672 vet vi førte til at datidens torv ble flyttet dit det nå ligger. Det var ikke mange centimeter under dagens overflate arkeologene skulle før kulturlagene kom for dagen. Strukturer kunne lett sees – tre, stein, murer og mange løsfunn. Det var alt fra hengsler og beslag i jern, til keramikk med dekor i ulike farger og nyanser.

Synliggjøring

Vannledningen fra Kongsten til torvet ble også funnet, og er godt konservert i leira. Ledningen som ble lagt ned i 1792, er nå markert i gaten med en spesiell granittsten med innskrift. Tanken er at flere av funnene skal markeres, slik får vi synliggjort kulturminnene og publikum får en "historiebok" lagt inn i torvets brolegning. Problemet med bygrunner som

dateres etter 1537 er at de ikke er vernet, og dermed ikke beskyttes av kulturminneloven. Viktige kapitler i byhistorien kan forsvinne hvis en ikke får bedre hjemmel for å undersøkte slike kulturlag. Funnene våre viser at det er mye spennende i vår by som er yngre enn 1537. Det eldste funnet er et husanlegg hvor en av stakkene er fra 1592.

Bevaring

En kulturminnelov må ha en grense. Hvordan skal man få en bedre bevaring av nyere tids kulturminner? Vi kan ikke ved hvert nye funn dra i gang kronerulling, spleiselag og andre bidrag for å utføre en kulturminnebevaring. Problemstillingen er tatt opp med Riksantikvaren, fylkeskommunen i Østfold og med kommunens etater, som alle har vist stor forståelse og

vilje til å få gjort utgravning og dokumentasjon av kulturlagene på torvet.

Publikum

Vi ønsker at de arkeologiske arbeidene på Torvet kan bli en "publikumsgraving", slik at det blir et åpent visningsvindu for publikum. Vi ønsker at interesserte skal få informasjon på stedet, vite hva som er funnet og få daglige omvisninger. På denne måten ville både forvaltningsarbeid og formidling gjøres samtidig. En slik publikumsgraving vil nok også gi legitimitet for bruk av ressursene som medgår. Interessen hos publikum har vi allerede fått bekreftet er tilstede. Ved slike prosjekter vil det oppnås en større forståelse for betydningen av også å bevare vår nyere kulturhistorie.

En laftet brønn kom også til syne langt nede i torvets grunn. Leira hadde bevart den godt. Vi ser lafteknutene og bunnplankene som stikker ut. Den har vært høyere - flere omfar er borte. Torvets brønn ble pakket inn i leire og overgravd igjen. Foto: Hege Langvik, Fredrikstad Museum.





Folk trives på på Stortorvet i Fredrikstad. Foto: Cornelis Horn Evensen©Riksantikvaren.

Byggeskikk og attraktive stader

Regjeringa utvidar satsinga på å utvikle attraktive stader og gjer framlegg om å løyva 10 millionar kroner over budsjettet til Kommunal- og regionaldepartementet til dette i 2008, skriver Kommunal- og regionaldepartementet. Regjeringa ønskjer styrkt satsing på stadutvikling, stadforming og god byggeskikk. Ei løyving på ti millionar kroner frå den nasjonale potten er ein auke på seks millionar kroner i høve til den tilsvarande løyvinga for 2007. Denne løyvinga kjem i tillegg til midlane som kommunane og fylkeskommunane brukar til å utvikla attraktive stader, seier kommunal- og regionalminister Magnhild Meltveit Kleppa.

Nytt program for stadutvikling

Regjeringa har etablert eit nytt program for stadutvikling gjennom Husbanken, som har ansvar for arbeidet med byggeskikk og stadforming. Programmet heiter BLEST, ei forkorting for Bulyst og engasjement i småbyar og tettstadar. Ein del av midlane skal brukast til konkrete stadutviklingsprosjekt.

– Omgjevnadene påverkar oss. Det gjeld både det fysiske miljøet og møteplassar for sosial kontakt. Tanken bak BLEST er å visa fram gode døme, setja stadutvikling på dagsorden og å skaffa fram og spreia kunnskap og røynsler, seier kommunal- og regionalministeren.

Aktiv bruk av Husbanken sitt kompetansetilskot innan byggeskikk og stadforming er eit anna viktig tiltak i høve til å utvikla meir attraktive stader. Husbanken har sett i gang eit eige forsøksprogram for bustadforsyning i små lokalsamfunn, der det blir gjennomført stadanalyse. Aktuelle kommunar kan søka Husbanken om kompetansetilskot til gjennomføring av stadanalysar. Kommunal- og regionaldepartementet har støtta ein arkitektkonkurranse om moderne buløysingar på bygda. Også her har Husbanken vore involvert.

Redaksjon: Informasjonsseksjonen, Riksantikvaren
Fotoredaksjon: Fototeamet, Riksantikvaren
Grafisk Produksjon: DMT kommunikasjon AS
Opplag: 4 000

Stoff som ikke er signert er skrevet av redaksjonen

Hevendinger kan rettes til:
Riksantikvaren
Dronningensgate 13
Postboks 8196 Dep.
0034 Oslo

Tlf: 22 94 04 00
Faks: 22 94 04 04
E-post: postmottak@ra.no

www.riksantikvaren.no