

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU). Oppgaven er et resultat av det toårige masterprogrammet ”geografi”, der mitt valg har falt på en samfunnsgeografisk innfallsvinkel. Selv om skriveperioden av og til har vært stressende, har det likevel vært en spennende og lærerik prosess. Gjennom arbeidet med masteroppgaven har jeg fått en større forståelse for norsk naturforvaltning og distriktpolitiske målsettinger. Jeg har lært mye om både norske og internasjonale verneområder, som en potensiell drivkraft for verdiskaping og lokal næringsutvikling. Feltarbeidet har også bidratt til at jeg har fått et nærmere innblikk i lokale satsinger og prosjekter i mitt hjemområde. I tillegg til at jeg har lært mye, har jeg også fått utfordret meg selv ved å skrive denne oppgaven.

Jeg vil rette en stor takk til min veileder Karoline Daugstad for stor hjelp og godt samarbeid gjennom masterperioden. Jeg vil også takke min familie for stor tålmodighet i perioder der jeg av og til kan ha vært en stressende person å skulle omgås. Spesielt takk til pappa for god hjelp med kart og tilgang på kommunale dokumenter. Videre vil jeg takke min onkel Odd for å ha lest korrektur. Sist, men ikke minst, vil jeg takke alle informantene som var positive til å la seg intervju.

Trondheim, mai 2012

Astrid Haugen Dagsgard

Sammendrag

Koblinger mellom verneområder og bærekraftig reiseliv i fjellområder har blitt mer aktuelt de siste årene, dette kan spores både internasjonalt og i norske verneområder. Den tradisjonelle oppfatningen av naturvern har fått et bredere omfang, der også økonomiske, sosiale og kulturelle dimensjoner må tas i betraktning når man nå snakker om naturmangfold, og hvor naturen blir vernet *for* bruk i stedet for *mot* bruk. Dette kommer frem som en målsetting i flere Stortingsmeldinger i Norge, hvor natur- og kulturressurser blir sett som et bidrag til verdiskaping for lokalsamfunn og for reiselivet. I St.prp.nr 65 (2002-2003) ”Tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet medregnet folketrygden 2003”, kommer det frem gjennom den såkalte ”Fjellteksten”, at verneområder kan benyttes i merkevarebygging. I ”Fjellteksten” blir det åpnet for ”økt miljøtilpasset turistvirksomhet som ikke kommer i konflikt med verneformålet i nasjonalparkene” (Finansdepartementet, 2002-2003, kapittel 3).

Denne masteroppgaven har tatt utgangspunkt i en kvalitativ studie i Skjåk kommune i Nord-Gudbrandsdalen, med vekt på ulike bruksinteresser i to nasjonalparker i området, Breheimen og Reinheimen. Gjennom studien ble det gjort intervjuer med aktører fra lokalt næringsliv som står i forbindelse med satsinger tilknyttet vernestatusen, og kommunale aktører som også representerer kommunal forvaltning. Videre inngikk representanter fra reiseliv, lokal nasjonalparkforvaltning, sentrale grunneiere og landbruksinteresser tilknyttet utmarksbeite.

Hovedproblemstillingen i oppgaven er:

Hvilken betydning har nasjonalparkstatusen for verdiskaping tilknyttet nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen i Nord-Gudbrandsdalen?

Hovedproblemstillingen er nærmere presisert i to underproblemstillinger:

- 1. Hvordan blir verdiskaping tilknyttet nasjonalparkene definert eller anvendt i ulike satsinger og prosjekter i Skjåk kommune?*
- 2. Hvilke oppfatninger har sentrale aktører av verdiskaping, sett i forhold til ulike bruks- og verneinteresser?*

Resultatene viser at nasjonalparkene benyttes mest indirekte, som bakteppe eller kulisse for aktiviteter eller tiltak som finner sted i randsonene og dalføret. Nasjonalparkstatusen anvendes her i ulike satsinger. Et av prosjektene er Skjåk-prosjektet, som har som målsetting å skape bred verdiskaping for Skjåk kommune, ikke bare økonomisk, men også miljømessig, kulturelt og sosialt. Økonomisk sett blir det satset på å øke antall arbeidsplasser som er direkte knyttet til bruk og vern av utmark, samt å fremme Skjåk som en hyttekommune. Andre målsettinger relateres til sosial og kulturell verdiskaping, der et mål går ut på å øke stimerkingen i området, noe som kan bidra til økt livskvalitet, trivsel og naturopplevelser blant lokalbefolkningen. Andre satsingsområder som blir presentert, er fiskeprosjektet "Fjellfiske for alle" og informasjonstiltaket "Nasjonalparkinformasjon i butikk", som er ment å informere om nasjonalparkene og natur- og kulturverdier i området.

Resultatene viser til at det er lite av større konflikter å spore mellom ulike bruksinteresser i nasjonalparkene. Likevel kommer det frem fra forvaltningssiden og grunneiere at hensyn til villrein kan bli utfordrende dersom ferdselen i områdene øker. Fra reiselivsinteressene blir det uttrykt interesse for forvaltning med hensyn til menneskelige behov. Det blir påpekt fra flere informanter fra reiselivet at det er viktig at situasjonen ikke blir for byråkratisk, men at man må kunne bruke området, i stedet for å hindre adgang for besøkende. Det blir også sagt at noe tilrettelegging må til for å kunne skape næringsutvikling. Her blir det lagt vekt på utvikling av naturvennlige aktiviteter som ikke setter spor. Videre fokuserer reiselivsinteressenter på bedre merking og skilting. Lokale landbruksrepresentanter og næringsaktører uttrykker at verne-reglementet ikke trenger å være en uoverstigelig utfordring, men at man heller legger vekt på muligheter i andre områder, som for eksempel langs veier i forbindelse med matsatsinger eller formidling av lokal historie. Mer samarbeid mellom ulike aktører blir sett som nødvendig fra ulike informanter, og det blir også presisert at man må bli flinkere til å synliggjøre hva man har å tilby.

Abstract

The link between protected areas and sustainable tourism in mountain areas has become more relevant in recent years, this can be traced both within international and Norwegian protected areas. The traditional conservation approach is now given a broader significance, where also economic, social and cultural dimensions must be taken into consideration when we are talking about biodiversity, and where the nature is protected *for* use instead of *against* use. This approach can be seen in several Norwegian government documents, where natural and cultural resources are considered as a resource for value creation for local communities and for the tourism industry. As a supplement to The National Budget in 2003, the Norwegian government proposition, St.prp.nr.65 (2002-2003) included the so-called “Fjellteksten”, where it is suggested that protected areas can be used in branding. This opens for “increased sustainable tourism activities that are not in conflict with the purpose of protection of national parks” (Ministry of Finance, 2002-2003, chapter 3 [my translation]).

This thesis has been based on a qualitative study in the municipality of Skjåk in Nord-Gudbrandsdalen, with emphasis on different user interests in two national parks in the area, Breheimen and Reinheimen. The study is based on interviews among central actors within local business initiatives that are associated with the protection status, and local actors who also represent local management. Further the study includes actors within the tourism industry, local national park management, landowners and agricultural interests regarding pasture landscapes.

The main issue in this thesis is:

What is the significance of the national park status regarding value creation associated with the national parks Breheimen and Reinheimen in Nord-Gudbrandsdalen?

The thesis also focuses on two sub-issues:

- 1. How is the value creation associated with the national parks defined or applied in projects in the municipality of Skjåk?*
- 2. What opinions do the central actors have regarding value creation in relation to diverse interests in use and conservation?*

The results show that the national parks are mostly used in an indirect setting, where activities finds place in the adjacent areas and in the valley. The national park status is used in different initiatives. One of the projects is the so-called Skjåk-project, where the purpose is to create values for the municipality. This does not only include economical values, but the project also focus on environmental, cultural and social values. Regarding economic output, the project focuses on increased employment related to use and conservation, and to promote the possibilities for more cabins in the community. Other activities can be related to social and cultural values, where the project focuses on trail marking, which may contribute to increased quality of life, well-being and natural experiences. Other focus areas includes a fish project, called “Fjellfiske for alle” (Mountain fishing for all), and an initiative called “Nasjonalt parkinformasjon i butikk” (National park information in shop), which is planned to spread information about the national parks and the natural and cultural resources in the area.

The results show that there are few strong conflicts between different stakeholders regarding the national parks. However, it is expressed from the local management and from landowners that it can be challenging with the caribou in the future, if the traffic in the national parks increases. Stakeholders from local tourism have interests in management with regard to human needs. Several respondents from local tourism point out that it is important that the conservation does not become too bureaucratic and prevent access for visitors. It is said that some adjustments are required to enhance a regional development, with emphasis on developing sustainable tourism activities. Some also express a desire for better marking and trails in the areas. Local actors within agriculture and business express that the restrictions due to protection status does not have to be an insurmountable challenge, but that the community rather must focus on opportunities in other areas, for example by offering food sale close to the main roads and to develop exhibitions and various dissemination of local history. Increased focus on cooperation between different actors is considered as necessary from different stakeholders, and many express that the community must be better to highlight what it has to offer.

Innholdsfortegnelse

1 INNLEDNING	1
1.1 Tema og problemstilling	1
1.1.1 Bærekraftbegrepet	1
1.1.2 Næringsutvikling	1
1.1.3 Problemstilling	2
1.2 Valg av oppgavetema	3
1.3 Oppbygging av oppgaven.....	4
2 BAKGRUNN	7
2.1 Områdebeskrivelse	7
2.1.1 Nasjonalparkkommunen Skjåk	7
2.1.2 Reinheimen nasjonalpark	9
2.1.3 Breheimen nasjonalpark	11
2.1.4 Tilrettelegging i Reinheimen og Breheimen	13
2.2 Norsk naturforvaltning	14
2.2.1 Et historisk perspektiv: Fra naturfredning via naturvern til naturmangfold.....	14
2.2.2 Naturmangfoldloven og ulike verneformer i Norge.....	15
2.2.3 Plan- og bygningsloven.....	16
2.3 Koblinger mellom miljø og utvikling.....	17
2.3.1 Internasjonalt miljøarbeid	17
2.3.2 Paradigmeskiftet i den internasjonale naturforvaltningen.....	18
2.4 Koblinger mellom internasjonale trender og nasjonale målsettinger i Norge.....	19
2.4.1 Bærekraftig bruk av fjellområder	19
2.4.2 Distriktsutvikling og verdiskaping i fjellregioner	19
3 TEORETISKE PERSPEKTIVER.....	23
3.1 Natursyn og verdier	23
3.1.1 Ulike kategoriseringer	23
3.1.2 Tidligere utenlandske undersøkelser angående natursyn og verdiorienteringer	26
3.2 Bruk av verneområder i reiselivssammenheng	27
3.2.1 Internasjonale verneområder	27
3.2.2 Norske nasjonalparker sammenlignet med utenlandske forhold.....	29
3.2.3 Norske nasjonalparker: besøksparker eller museumsparker?	30
3.3 Endringer i internasjonal naturforvaltning	31
3.3.1 Samarbeid og partnerskap	31
3.4 Verdiskaping og merkevarebygging	33
3.4.1 Næringsutvikling i perifere samfunn.....	33

3.4.2 Verdiskaping og merkevarebygging ("branding") tilknyttet verneområder	34
3.5 Kapitteloppsummering	36
4 METODE	37
4.1 Kvalitative studier og forskningsdesign	37
4.1.1 Humanistisk forskning	37
4.1.2 Forskningsdesign.....	38
4.2 Vurderinger av feltarbeidet	41
4.2.1 Intervju som metode.....	41
4.2.2 Utfordringer.....	43
4.3 Analyse av data	44
4.3.1 Temasentrert tilnærming og koding	44
4.3.2 Utfordringer ved analysen	45
4.4 Kapitteloppsummering	46
5 PRESENTASJON AV RESULTATER.....	47
5.1 Nasjonalparkforvaltning i Breheimen og Reinheimen.....	48
5.1.1 Verneprosessene og forvaltningsorganisering sett fra informantenes ståsted.....	48
5.2 Lokale satsinger og prosjekter tilknyttet nasjonalparkstatusen.....	49
5.2.1 Skjåk-prosjektet.....	49
5.2.2 Fiske i nasjonalpark: Fiskeprosjektet "Fjellfiske for alle" 2010-2013.....	53
5.2.3 Nasjonalparkfestival.....	54
5.2.4 Informasjonstiltak tilknyttet nasjonalparkene	55
5.3 Reiselivsorganiseringen i området og reiselivsvirksomheter i randsonene.....	56
5.3.1 Jotunheimen reiseliv AS.....	56
5.3.2 Innfallsporter til nasjonalparkene i Skjåk kommune.....	57
5.3.3 Naturbaserte aktiviteter	58
5.4 Hvordan oppfattes forhold mellom bruk og vern fra ulike aktører?	59
5.4.1 Lokale reiselivsinteresser	59
5.4.2 Verdiskaping og næringsutvikling i forbindelse med verneområder	61
5.4.3 Merkevarebygging og synliggjøring	64
5.4.4 Utfordringer.....	66
5.5 Kapitteloppsummering	69
6 DISKUSJON	71
6.1 Hvilke verdier og hvilke natursyn står sentralt blant informantene?	71
6.1.1 Økonomiske verdier og "amenity"-verdier	71
6.2 Hva kan oppnås gjennom samarbeid?	74
6.2.1 Koblinger mellom forvaltning og reiseliv	74
6.3 Hvordan kan nasjonalparkstatusen bidra til bred verdiskaping?	75

6.3.1 Hvilke områder fremstår som arenaer for verdiskaping?	75
6.3.2 Bruk av nasjonalparkene og besøksmotiver	76
6.3.3 Hvilken betydning har selve nasjonalparkene for verdiskaping?.....	77
7 KONKLUSJON	81
7.1 Hvilken betydning har nasjonalparkstatusen for verdiskaping?	81
7.1.1 Hvordan blir verdiskaping tilknyttet nasjonalparkene definert eller anvendt i ulike satsinger og prosjekter i Skjåk kommune?.....	81
7.1.2 Hvilke oppfatninger har sentrale aktører av verdiskaping, sett i forhold til ulike bruks- og verneinteresser?.....	82
7.1.3 Refleksjon rundt studiens bidrag og begrensninger	83
LITTERATURLISTE	85
VEDLEGG	97

Figurliste

Figur 1: Oversikt over nasjonalparkene innenfor Skjåk kommune (Skjåk kommune, 2012)....	8
Figur 2: Kartutsnitt over Reinheimen (Direktoratet for naturforvaltning, 2010).....	10
Figur 3: Kartutsnitt over Breheimen (Direktoratet for naturforvaltning, 2010).....	12
Figur 4: Logo for nasjonalparkkommuner (Direktoratet for naturforvaltning, 2010).....	35

Tabelliste

Tabell 1: Oversikt over vernet areal i Norge (Direktoratet for naturforvaltning, 2011)	16
--	----

1 INNLEDNING

Denne masteroppgaven handler om koblinger mellom verneområder og verdiskaping tilknyttet to nasjonalparker i Skjåk kommune, området jeg er vokst opp i. I studien rettes fokuset mot ulike bruksinteresser i nasjonalparkene i større grad enn klassiske verneinteresser. Jeg bruker begrepet *verdiskaping* om kombinasjonen bærekraft og lokal næringsutvikling, med vekt på miljømessige gevinster for natur- og kulturarv, fremming av lokal identitet, økonomisk verdiskaping for næringslivet, og sosiale goder for lokalsamfunnet relatert til fellesskapsfølelsen og det å fremstå som et levende distrikt. Haukeland og Brandtzæg (2009) definerer dette som *bred verdiskapning* i forbindelse med bærekraftig stedsutvikling.

1.1 Tema og problemstilling

1.1.1 Bærekraftbegrepet

Bruk av verneområder i reiselivssammenheng har fått større fokus i løpet av de siste årene (Aas et al., 2003; Heiberg, Christensen, Haaland og Aas, 2006), noe som kan spores i flere Stortingsmeldinger og nasjonale målsettinger innen reiseliv (Finansdepartementet, 2002-2003; Nærings- og handelsdepartementet, 2009), dette beskrives nærmere i bakgrunnskapittelet (kapittel 2). Bærekraft står sentralt når det gjelder bruk av nasjonalparkene, både for å ta vare på naturen og arts mangfoldet, men også for å sikre gode opplevelser for de besøkende i nasjonalparkene i fremtiden. Det er flere måter å diskutere begrepet bærekraft på, men en av de mest brukte definisjonene relateres til Verdenskommisjonen for miljø og utvikling (Brundtlandkommisjonen fra 1987). I Brundtlandkommisjonen sies at "En bærekraftig utvikling er en utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få tilfredsstillende sine behov" (referert av Finansdepartementet, 2009).

1.1.2 Næringsutvikling

Med næringsutvikling sikter jeg i denne oppgaven til utvikling av det lokale næringslivet basert på natur- og kulturressurser og muligheter for lokalsamfunnet i forbindelse med vernestatusen, der jeg vil legge vekt på både reiselivsutvikling og lokale satsinger og prosjekter. Med områder tilknyttet nasjonalparkene definerer jeg dette til selve dalføret og

randsonene til verneområdene, i de områdene som ikke fremstår som sentrale leveområder for villrein. Miljøverndepartementet (2006a, s. 29) definerer randsoner som ”tilgrensende areal til et verneområde hvor tiltak i området kan påvirke verneverdiene innenfor et verneområde. Randsonen kan ikke defineres som en fast grense rundt det enkelte verneområde, men vil avhenge av rekkevidden av påvirkningen av tiltak”.

1.1.3 Problemstilling

Jeg har valgt å ta utgangspunkt i en overordnet problemstilling, samt to underproblemstillinger.

Hovedproblemstilling:

Hvilken betydning har nasjonalparkstatusen for verdiskapning tilknyttet nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen i Nord-Gudbrandsdalen?

Underproblemstillinger:

- 1. Hvordan blir verdiskapning tilknyttet nasjonalparkene definert eller anvendt i ulike satsinger og prosjekter i Skjåk kommune?*

Bakgrunnen for at jeg har definert denne problemstillingen skyldes at Skjåk kommune er en viktig aktør for å få til utvikling og nye satsinger, og som følge av dette er det naturlig å ta utgangspunkt i kommunens satsingsområder angående nasjonalparkstatusen. For å få svar på denne underproblemstillingen, vil temaet belyses gjennom en kvalitativ studie basert på intervjuer med lokale representanter innen næringsliv, som er engasjert i ulike prosjekter og satsinger tilknyttet nasjonalparkstatusen, og kommunale aktører som også representerer kommunal forvaltning. Videre har jeg inkludert aktører fra lokal reiselivsorganisering og naturbaserte reiselivsinteresser i randsonene, talsmenn fra lokal nasjonalparkforvaltning, sentrale grunneiere i Skjåk og representanter innen landbruk i forbindelse med utmarksbeite. For denne problemstillingen er også skriftlig materiale i form av prosjektbeskrivelser, kommunale rapporter og forvaltningsplaner viktige kilder i tillegg til intervjuene.

2. Hvilke oppfatninger har sentrale aktører av verdiskaping, sett i forhold til ulike bruks- og verneinteresser?

Her tar jeg utgangspunkt i intervjuer med de samme aktørene som står beskrevet i den første underproblemstillingen. Med bruk tenker jeg ikke kun på næringsutvikling og økonomiske interesser, men også ikke-økonomiske verdier som blir vektlagt i forbindelse med nasjonalparkene, som jakt, fiske og friluftsliv. Av aktører som i hovedsak har vern som arbeidsfelt og ansvarsområde er representanter for lokal nasjonalparkforvaltning inkludert i studien. Utover dette er både bruk og vern sentrale tema i de fleste intervjuene. Et interessant moment er å få frem om ulike natursyn og verdiorienteringer gjør seg gjeldende hos de ulike aktørene. Videre er jeg ute etter å belyse oppfatninger angående verdiskaping og næringsutvikling hos aktørene som intervjues. I intervjuene har jeg tatt utgangspunkt i hvilke muligheter eller utfordringer aktørene påpekte, der det var interessant å finne ut om det var store kontraster mellom ulike vern- og bruksinteresser, eller om de ulike brukergruppene hadde sammenfallende synspunkter.

1.2 Valg av oppgavetema

Når det gjelder bakgrunn for valg av tema, relateres dette først og fremst til min personlige tilknytning til områdene gjennom oppveksten og utforskning av nærmiljøet som følge av min interesse for fjell og friluftsliv. I forkant av oppgaven virket det motiverende å kunne skrive om noe lokalt, og samtidig var temaet en spennende innfallsvinkel med tanke på interessen for samfunns- og kulturgeografi.

Angående samfunnsrelevans, vil masteroppgaven ta utgangspunkt i næringsutviklingspotensialet for Skjåk kommune, og kanskje rette blikket spesielt mot bærekraftig reiseliv i området. Bærekraftig reiseliv er en nasjonal målsetting hvor nasjonalparker og koblinger mellom natur og kultur kan bli betydningsfulle satsingsområder fremover. Reiselivets næringsorganisasjon, NHO, definerer bærekraftig reiseliv som ”et reiseliv som strekker seg lengre enn til kortsiktige prioriteringer. Et bærekraftig reiseliv fokuserer ikke bare på fordelene for de reisende, men også reiselivets innvirkning for mennesker på stedene som

besøkes, og for verdiene i natur, kultur og lokalsamfunn” (Næringslivets Hovedorganisasjon, 2011).

1.3 Oppbygging av oppgaven

Opgaven starter med et innledende kapittel (kapittel 1) som introduserer valg av tema og problemstilling. I dette kapittelet går jeg inn på ulike begreper som er sentrale gjennom oppgaven; begrepene bruk, verdiskaping, bærekraft og næringsutvikling.

Kapittel 2 utgjør et bakgrunnskapittel med informasjon om studieområdet og en oversikt over norsk naturforvaltning i et historisk perspektiv, der jeg også presenterer sentrale lover for naturforvaltning og ulike verneformer i Norge. Videre går jeg inn på koblinger mellom miljø og utvikling i internasjonal naturforvaltning, som deretter blir satt i sammenheng med nasjonale målsettinger angående verneområder og distriktsutvikling i Norge.

Kapittel 3 består av det teoretiske rammeverket, der jeg starter med å gå inn på tolkninger av naturbegrepet i form av ulike natursyn og verdiorienteringer. Videre går kapittelet inn på bruk av verneområder i reiselivssammenheng, der jeg sammenligner internasjonale og norske forhold. Kapittelet tar også for seg endringer i internasjonal naturforvaltning, mens den siste delen avsluttes med en karakteristikk av verdiskaping og merkevarebygging (”branding”), med fokus på hvordan naturen og verneområder blir benyttet som merkevarer.

Kapittel 4 omhandler de metodiske valgene i oppgaven. Her gir jeg en oversikt over hvorfor humanistisk forskning og et kvalitativt forskningsdesign har vært hensiktsmessig gjennom mitt feltarbeid. I kapittelet blir det gjort rede for feltarbeidet som er basert på bruk av kvalitative metoder. Jeg reflekterer videre over utfordringer ved feltarbeidet, og beskriver analysen i etterkant av datainnsamlingen.

Kapittel 5 introduserer de empiriske resultatene. Her starter jeg med å presentere verneprosessene sett fra informantenes ståsted. Deretter går jeg inn på lokale prosjekter og satsinger. Neste underkapittel gir en oversikt over reiselivsorganiseringen i området. Her beskriver jeg også områdene Sota og Grotli, som utgjør sentrale innfallsporner til nasjonalparkene. I tillegg presenterer jeg Lom & Skjåk Adventure, som utgjør en sentral

virksomhet med tanke på naturbaserte aktiviteter i området. Til slutt kategoriseres oppfatninger rundt bruk og vern basert på ulike temaer. Her legger jeg vekt på lokale reiselivsinteresser og informantenes oppfatninger av potensielle muligheter for verdiskaping og næringsutvikling i randsonene. Videre går jeg inn på merkevarebygging i forbindelse med natur- og kulturverdier i området, mens det siste temaet går inn på hvilke utfordringer som blir trukket frem hos informantene i forhold til ulike satsinger. Dette vil kunne gi svar på om det er store kontraster eller sammenfallende interesser mellom ulike bruksinteresser i området.

Kapittel 6 utgjør diskusjonsdelen, der resultatene blir koblet til det teoretiske rammeverket. Her drøfter jeg hvilke natursyn som gjør seg gjeldende fra ulike hold, samt hvilke bruksinteresser som eksisterer i området. Videre diskuterer jeg hvilken betydning samarbeid og tverrfaglig kunnskap har i studieområdet. Til slutt går kapittelet inn på hvordan nasjonalparkstatusen kan bidra til bred verdiskaping, og hvilke områder som fremstår som arenaer for verdiskaping. Her drøfter jeg også hvilken betydning selve nasjonalparkene har for verdiskaping.

Det siste kapittelet (kapittel 7) utgjør en avsluttende konklusjon.

2 BAKGRUNN

I dette kapitlet vil jeg introdusere studieområdet som omfatter Skjåk kommune, og mer spesifikt Skjåk som del av nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen. Her omtaler jeg kort visjon og satsingsområder for Skjåk kommune, videre presenterer jeg verneformålet til nasjonalparkene og reglement med tanke på tilrettelegging. Den andre delen av bakgrunnskapitlet går nærmere inn på vernehistorikken, sentrale lover og verneformer i norsk naturforvaltning. Dette er hensiktsmessig for å gi et bilde av utviklingen frem mot dagens situasjon, som preges av lokal forvaltning og større grad av samarbeid, hvor flere aktører involveres. Endringene kan betegnes som et paradigmeskifte i internasjonalt naturvern, noe jeg går nærmere inn på i den tredje delen av kapitlet, hvor jeg beskriver endringer i den internasjonale naturforvaltningen. I denne delen blir det beskrevet sentrale internasjonale konvensjoner som omhandler naturvern og bærekraftig bruk av naturen. Dette er relevant med tanke på bærekraftig bruk av verneområder, i betydning bruk som vil gagne både miljøet og de besøkende. Det internasjonale bildet vil i kapitlets siste del bli koblet til sentrale, nasjonale målsettinger i Norge, i forhold til bærekraftig bruk av fjellområder, og mer spesifikt reiselivets betydning i forbindelse med verneområder og verdiskaping i fjellregioner. Dette blir gjort for å belyse hvilke muligheter for en bred verdiskaping som blir påpekt fra ulike aktører i studieområdet, med tanke på ulike satsinger og tiltak, både nasjonalt og lokalt, der naturarven og nasjonalparker som merkevarer blir omtalt.

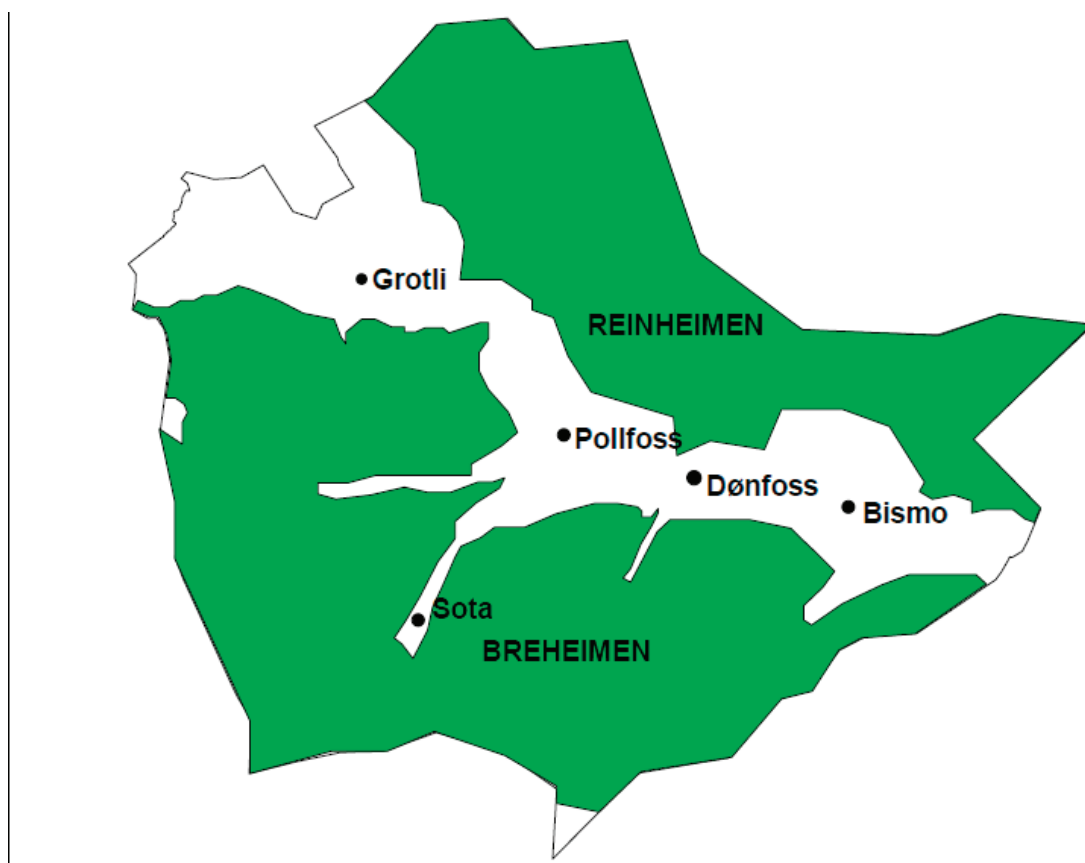
2.1 Områdebeskrivelse

2.1.1 Nasjonalparkkommunen Skjåk

Fjellkommunen Skjåk i Nord-Gudbrandsdalen har et areal på 2 079 km², og utgjør Norges største nasjonalparkkommune. Hele 79 % av kommunens areal er vernet areal, derav 1 373 km² som nasjonalparkareal (iSkjåk.no, 2010, s. 3). Skjåk Almenning er den dominerende grunneieren for arealet vernet som nasjonalpark, og som eier av 95 % av kommunens areal (Skjåk Almenning, 2009). Skjåk kommune berøres av to nasjonalparker, Breheimen og Reinheimen (se figur 1). Selv om seks kommuner har areal som inngår i Reinheimen nasjonalpark og tre kommuner i Breheimen nasjonalpark, har jeg valgt å avgrense studieområdet til verneområder som er tilknyttet Skjåk kommune, som det kommer frem i innledningskapitlet. De to parkene utgjør to av totalt seks nasjonalparker som inngår under

det regionale utviklingsprosjektet ”Nasjonalparkriket” i Nord-Gudbrandsdalen, som har som mål å bli den ledende nasjonalparkregionen i Europa (Regionrådet, 2009).

Gjennom ”Kommuneplan for Skjåk 2011-2020” blir det presisert at visjonen til kommunen er at ”Skjåk skal vera ein open og framtidsretta kommune med eigenart, kraft og rein natur for menneske som ynskjer høg livskvalitet og eit nyskapande næringsliv” (Skjåk kommune, 2011a, s. 5). Videre blir det satset på fire områder: ”vern og bruk”, ”befolkning og bolyst”, ”folkehelse og forebygging” og ”kommunikasjon og samferdsel”. Når det gjelder satsingsområdet ”vern og bruk”, er det satt målsettinger om å øke antall arbeidsplasser som er direkte knyttet til bruk og vern av utmark, fokusere på Skjåk som en potensiell hyttekommune og å utvikle en årlig nasjonalparkfestival. Andre målsettinger går ut på å øke trafikken på nettstedet iSkjåk.no, samt å utvikle et fiskeprosjekt (Skjåk kommune, 2011a). Disse områdene blir presentert senere i resultatkapittelet (kapittel 5).



Figur 1: Oversikt over nasjonalparkene innenfor Skjåk kommune (Skjåk kommune, 2012).

2.1.2 Reinheimen nasjonalpark

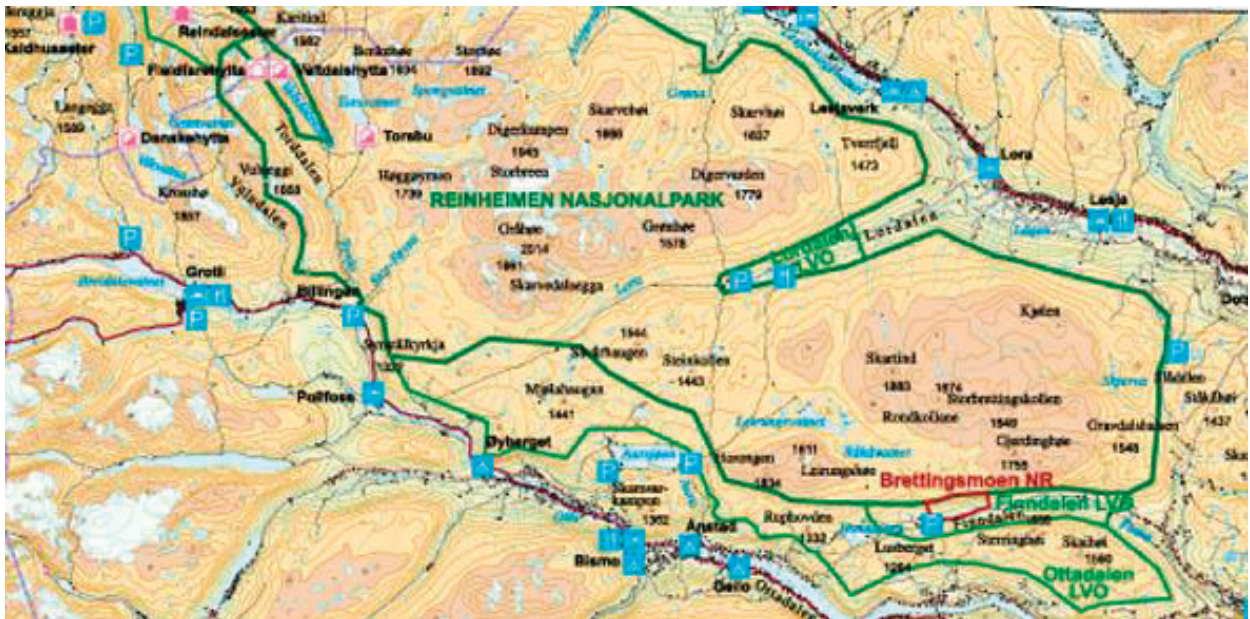
I Skjåk utbreder Reinheimen nasjonalpark seg i de nordlige fjellområdene i dalføret (se figur 2 for kartutsnitt), der man i de nordvestlige områdene kan oppleve et alpint landskap med breer og tinder, mens de nordøstlige delene består av viddelandskap (Direktoratet for naturforvaltning, 2010). Verneområdet fikk nasjonalparkstatus 24. november 2006, og fordeles mellom kommunene Nordal og Rauma i Møre og Romsdal, samt kommunene Lesja, Lom, Skjåk og Vågå i Oppland fylke. Nasjonalparken grenser til landskapsvernområdene Tafjorden-Reindalen, Trollstigen, Romsdalen, Lordalen, Finndalen og Ottadalen, i tillegg til naturreservatet Brettingsmoen. Totalt sett består verneområdene av 2 614,66 km². Reinheimen nasjonalpark har et areal på 1 968,74 km², der 420,62 km² av arealet inngår innenfor Skjåk kommune (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2011a, s. 3).

I forvaltningsplanen (Forskrift av 24.11.2006 nr. 1302 § 2) fremgår det at formålet med Reinheimen nasjonalpark er å:

- ta vare på eit stort, samanhengande og villmarksprega fjellområde
- ta vare på eit høgfjellsøkosystem med eit eigenarta og variert biologisk mangfald
- ta vare på sentrale leveområde til villreinstammen i Ottadalen nord
- ta vare på eit viktig referanseområde for forskning med ein aust-vest gradient med stor variasjonsbreidde i høve til geologi, klima, vegetasjon og topografi
- ta vare på landskapsformer og særprega geologiske førekomstar
- ta vare på vassdragsnaturen i området
- verne om kulturminne. (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2010, s. 34)

Videre presiseres det at ”ålmenta skal ha tilgang til naturoppleving gjennom utøving av tradisjonelt og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging” (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2010, s. 34).

Når det gjelder landbruksaktiviteter i verneområdene, kommer det frem i forvaltningsplanen at det ikke eksisterer fast bosetting, aktive setrer eller annen innmark i nasjonalparken. Derimot finnes det utmarksbeite med sau og noe storfe, og det presiseres at ”tiltak og bruk utover tradisjonell landbruksdrift må ha løyve frå forvaltningsstyresmakta der dette går fram av verneforskrifta” (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2010, s. 34).



Figur 2: Kartutsnitt over Reinheimen (Direktoratet for naturforvaltning, 2010).

Ifølge Direktoratet for naturforvaltning (2006) sine beskrivelser, bærer verneområdene stor preg av uberørte arealer, med lite spor av tilrettelagt infrastruktur og menneskelig innflytelse. Reinheimen nasjonalpark tilhører det nest største inngrepsfrie området i Sør-Norge, der dagens landskap kan gi oss et bilde av hvordan området fremstod for flere tusen år siden. Reinheimen har bevart det opprinnelige fjelløkosystemet og gamle kulturminner som er tilknyttet villreinfangsten. I den nasjonale kartleggingen over arealer uten tekniske inngrep, INON, defineres 33 % av det vernede arealet i Reinheimen som villmarkspregede områder (<5 km fra teknisk inngrep), videre betegnes 21 % av området som inngrepsfri sone 1 (3-5 km fra teknisk inngrep), mens 32 % av det vernede arealet regnes som inngrepsfri sone 2 (1-3 km fra tekniske inngrep) (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2011b, s. 3).

2.1.3 Breheimen nasjonalpark

Breheimen nasjonalpark utgjør de sørlige delene av dalføret i Skjåk (se figur 3 for kartutsnitt), og ble vernet som Norges 32. nasjonalpark på fastlandet, 7. august 2009, etter den nye Naturmangfoldloven fra 2009. Området brer seg over 1 691 km² i kommunene Lom og Skjåk i Oppland fylke og Luster kommune i Sogn og Fjordane (Miljøverndepartementet, 2009a), der 54 % av vernearealet tilhører Skjåk kommune (Skjåk kommune, 2011b, s. 61). Totalt omfatter verneområdene 1 793 km², inkludert landskapsvernområdene Mørkridsdalen, Vigdalen, Strynefjellet, Mysubytta og Høydalen, samt Høyrokampen naturreservat. Verneområdet grenser også til Honnsrøve naturreservat i Skjåk kommune (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, s. 5).

I forvaltningsplanen presiseres det at formålet med Breheimen nasjonalpark er å:

- ta vare på eit stort, samanhengande og villmarksprega naturområde
- ta vare på eit høgfjellsøkosystem med eit eigenarta og variert biologisk mangfald
- ta vare på leveområde til villreinstamma i Ottadalen villreinområde
- ta vare på vassdragsnaturen i området
- ta vare på ein variasjonsrikdom i geologi med særprega geologiske førekomstar frå istida og den vetle istida, klima, vegetasjon og landskap
- ta vare på grottene i området
- verne om kulturminne. (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, s. 9)

I likhet med for Reinheimen nasjonalpark skal allmennheten ha mulighet til uforstyrrete opplevelser av naturen gjennom utøving av naturvennlig og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, s. 9).

Verneområdene er av stor betydning for jordbruk og skogbruk i dag, og gamle vatningsveier blir vurdert som et viktig kulturminne (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, s. 30). I de delene av verneområdene som tilhører Skjåk kommune, er det ifølge forvaltningsplanen ca 200 bruk som har beiterett tilknyttet Breheimen, men det er ikke

alle som bruker området. Man finner også seterdrift i Breheimen, deriblant i områdene Mysubytta, Røykjeskålsli og Lundadalsseter Ytste. I tillegg eksisterer det seterdrift utenfor verneområdene. I dag forekommer det lite aktiv setring, men heller utmarksbeite og beite på setervollene. I forvaltningsplanen blir det påpekt at det er ønske om opprettholdelse av beitebruk for å hindre gjengroing og for å ta vare på biologisk mangfold, der landbruksinteresser tar hensyn til verneformål, samtidig som landbruksaktiviteter skal skje på en måte som bidrar til aktiv gårdsdrift i bygdene rundt (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, s. 31-33).



Figur 3: Kartutsnitt over Breheimen (Direktoratet for naturforvaltning, 2010).

Ifølge Direktoratet for naturforvaltning (2009a) vurderes Breheimen som en av de nasjonalparkene i Norge med mest variert landskap, fra fjord til fjell. I forvaltningsplanen kommer det frem at området karakteriseres av geologiske verdier i form av strukturlandskap, gamle viddelandskap, breeroderte landskap og andre erosjonsformer (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010).

2.1.4 Tilrettelegging i Reinheimen og Breheimen

I forvaltningsplanen for Reinheimen nasjonalpark blir det presisert at det ikke er ønskelig med tilrettelegging for friluftsliv, og at tiltak bør forekomme i randsonene og områder med eksisterende tilretteleggingstiltak (§ 3). Forvaltningsmyndighetene kan gi tillatelse til merking av stier og oppsetting av skilt som samsvarer med forvaltningsplanen. Når det gjelder organisert bruk av hest, nevnes Langfjelldalen og Veslelangdalen i kommunene Nordal og Rauma, Vangen-Råkvassosen i Lom kommune og Løvegen mellom Aursjoen i Skjåk og Lesjaskog som mulige ruter. Derimot er det ikke tillatt med sykling og organisert bruk av hundespenn som følge av hensyn til villrein (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2010, § 3, pkt. 5.3.). Det presiseres at all tilrettelegging for friluftsliv i landskapsvernområdene, som merking av stier, stikking av skiløyper og bygging av bruer og klopper, skal ta hensyn til Direktoratet for naturforvaltning sin håndbok *27 Naturvennlig tilrettelegging for friluftsliv* fra 2001 og *Merkehåndboka DNT* fra 2002 (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010; Kontaktutvalget for Reinheimen, 2010).

Som det påpekes i ”Informasjonsplan for Reinheimen”, kan området karakteriseres av lav brukerintensitet. Behovet for informasjon er likevel noe forvaltningsaktørene vektlegger, blant annet med tanke på bevisstgjøring rundt vernereglementet og søknader i forbindelse med landbruk, motorisert ferdsel tilknyttet friluftsliv, salg og tjenesteyting relatert til jakt og fiske og informasjon om innfallsporter og kommunikasjon tilknyttet reiseliv (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2009, s. 5). Informasjonsansvaret er tillagt forvaltningsmyndighetene, Direktoratet for naturforvaltning, SNO, Reinheimen nasjonalparksenter, fjellstyrer og bygdeallmenninger, andre grunneiere og rettshavere, beitelag, Ålesund og Sunnmøre Turistforening (ÅST), samt reiseliv og kommersielle aktører (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2009). Selv om området som nevnt har lav brukerintensitet, så finnes det merkede stier og overnattingshytter tilknyttet ÅST og DNT i de vestlige delene av området (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2010). Tradisjonelle friluftaktiviteter som fotturer, jakt og fiske er spesielt utbredt, der tall fra en rapport over miljøstatus viser at de tradisjonelle utmarksaktivitetene utgjør et besøkstall på ca 6 000-8 000 pr. år. Videre har ÅST ca 7 000-9 000 brukere i området, og ca 2 000-4 000 besøkende består av andre lokale brukere fra kommunene rundt parken (Kontaktutvalget for Reinheimen, 2011b, s. 6).

Breheimen nasjonalpark har flere overnattingsvirksomheter ved innfallsportene, samt gode veiforbindelser og nærhet til nasjonalparkene Jotunheimen, Jostedalsbreen og Reinheimen.

Når det gjelder potensialet for reiselivsutvikling, kommer det frem som en målsetting i forvaltningsplanen at spesielt landskapsvernområdene skal benyttes i miljøvennlig reiselivssammenheng og medvirke til lokal verdiskaping, mens foretak som krever inngrep eller tilretteleggingstiltak skal legges utenfor verneområdene (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, s. 47). I Breheimen nasjonalpark og landskapsvernområdene er det lovlig med uorganisert bruk av hest, mens organisert bruk er tillatt uten krav om søknad langs følgende strekninger: kløvveiene i Mørkridsdalen (LVO), veien mellom Sota og Mysubytta (LVO), på den gamle ferdselsveien Gamle Sognefjellsveg i Breidsæterdalen (Breheimen nasjonalpark) og på veien inn til Bukkabotnen i Høydalen (LVO). Organisert bruk av hest i andre områder krever løyve fra forvaltningsstyresmaktene etter verneforskriftens § 3, pkt. 5.2. (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010). Når det gjelder sykling, kommer det frem i forskriften at det er tillatt med sykling på traseer eller i områder som er godkjent for denne type aktivitet, deriblant på Gamle Sognefjellsveg, samt i landskapsvernområdene på veien mellom Sota og Mysubytta, ”Gamle Strynefjellsveg” og veien inn til Bukkabotnen i Høydalen (Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, 2010, § 3, pkt. 5.1. og 5.3.).

2.2 Norsk naturforvaltning

2.2.1 Et historisk perspektiv: Fra naturfredning via naturvern til naturmangfold

I Norge kom den første *Lov om naturfredning* i 1910, der strategien gikk ut på å verne naturen for vitenskapelige eller historiske formål. Det som førte til vernelovgivning var befolkningsutviklingen og menneskets inngrep som ble vurdert som trusler for natur og landskap. I denne perioden var det hovedsakelig vern av spesifikke naturobjekter som var målet, dette var typisk trær. Senere kom en mer utstrakt *Lov om naturvern* i 1954, der også estetiske aspekter ved vern ble vurdert. Denne loven ga hjemmel for vern av nasjonalparker, og slik sett et områdevern, i motsetning til tidligere vern av ”forekomster” eller ”steder”. Som et resultat av dette, ble Norges første nasjonalpark, Rondane, opprettet i 1962. I etterkant fulgte Statens Naturvernråd opp med den første landsplanen for natur- og nasjonalparker i 1964, der 16 nye verneområder ble utpekt (Direktoratet for naturforvaltning, 2008; Lundberg, 1991).

Som Heiberg, Christensen og Aas (2005, s. 13) viser til, kan perioden mellom 1954 og 1970 regnes som nasjonalparkperioden i Norge, og denne perioden kom sent sammenlignet med andre land. Den 19. juni 1970 kom det en ny lov, *Naturvernloven*, som var preget av fylkesvise og tematiske verneplaner (Direktoratet for naturforvaltning, 2008). Lundberg (1991) har skildret naturvernhistorikken som en vei fra punktfredning til drivhuseffekt. Fra de eldste og avgrensede naturfredningene, har fokuset utvidet seg som følge av mer omfattende menneskelige inngrep i naturen i form av forurensning, kraftutbygginger og andre større inngrep. Dagens situasjon kan sies å preges av miljøvern, der vern av menneskenes miljø blir integrert i forvaltningen.

Nasjonalparkstrategien fikk en oppblomstring i større grad fra 1990-tallet, gjennom Stortingsmelding nr. 62 (1991-1992) *Ny landsplan for nasjonalparker og andre større verneområder i Norge*, som bygger på NOU 1986:13. Her ble 50 verneområder involvert i planene, deriblant 40 nye, i tillegg til at 10 eksisterende områder ble utvidet (Direktoratet for naturforvaltning, 2011a). De nyeste oppdateringene fra 31.12.2011 viser at Norge nå har 41 nasjonalparker, derav 34 på fastlandet og sju på Svalbard (Direktoratet for naturforvaltning, 2011b).

2.2.2 Naturmangfoldloven og ulike verneformer i Norge

Den nye *Naturmangfoldloven (Lov om forvaltning av naturens mangfold)* trådte i kraft 19. juni 2009, og har følgende formål:

Naturen med dens biologiske, landskapsmessige og geologiske mangfold og økologiske prosesser tas vare på ved bærekraftig bruk og vern, også slik at den gir grunnlag for menneskenes virksomhet, kultur, helse og trivsel, nå og i fremtiden, også som grunnlag for samisk kultur. (Miljøverndepartementet, 2009b)

Når det gjelder ulike verneformer i Norge, blir det etter *Naturmangfoldloven* (§ 35-39) skilt mellom fem typer. Nasjonalparker blir definert som ”større naturområder med særegne eller representative økosystemer eller landskap og som er uten tyngre naturinngrep”, der verneformålet (§ 35) er ”å sikre større, sammenhengende og i det vesentlige uberørte naturområde for oss selv og våre etterkommere” (Direktoratet for naturforvaltning, 2008,

punkt 2.2., s. 6). I reglementet kommer det også frem som et vernemotiv at man skal sikre allmennheten adgang til rekreasjon og friluftsliv i urørt eller vakker natur. Landskapsvernområder (§ 36) har på sin side mindre restriksjoner og består av ”natur- eller kulturlandskap av stor økologisk, kulturell eller opplevelsesmessig verdi, eller som er identitetsskapende”. Den strengeste formen for områdevern er naturreservater (§ 37), med ”truet, sjelden eller sårbar natur, som representerer en bestemt naturtype, som på en annen måte har en særlig betydning for biologisk mangfold, utgjør en spesiell geologisk forekomst, eller har særskilt naturvitenskapelig verdi” (Direktoratet for naturforvaltning, 2008, punkt 2.2., s. 6). De andre verneformene omfatter biotopvern for leveområder til bestemte dyrearter eller planter og marine verneområder for marine verneverdier (ibid.). Som det fremgår av tabell 1, utgjør nasjonalparkene 9,6 % av Norges landareal per 31.12.2011, mens verneområdene totalt berører 16,8 % av arealet.

Tabell 1: Oversikt over vernet areal i Norge.

Vernet areal per 31.12.2011			
	Antall	Areal km2 (inkl ferskvann)	% av Norges landareal
Nasjonalparker	34	31 059	9,6 %
Landskapsvernområder	203	17 334	5,4 %
Naturreservater	2 045	5 606	1,7 %
Andre	477	429	0,1 %
Totalt	2 759	54 428	16,8 %

Kilde: Direktoratet for naturforvaltning (2011)

2.2.3 Plan- og bygningsloven

Lov om planlegging og byggesaksbehandling (Plan- og bygningsloven), sist endret 25. juni 2010, har som formål for areal generelt å ”fremme bærekraftig utvikling til beste for den enkelte, samfunnet og framtidige generasjoner” (Lovdata, 2008, § 1.1.). Loven skal bidra til en samordning mellom ulike aktører når det gjelder bruk og vern, med vekt på åpenhet, forutsigbarhet og medvirkning fra alle berørte parter, som skal resultere i langsiktige løsninger

(§ 1.1.) Videre er det satt krav om konsekvensutredninger for alle regionale og kommunale planer ”med retningslinjer eller rammer for framtidig utbygging og for reguleringsplaner som kan få vesentlige virkninger for miljø og samfunn” (§ 4.2.).

Plan- og bygningsloven står også sentralt med tanke på randsoner til verneområder. § 11-8 omfatter såkalte hensynssoner, der det fremgår i lovens punkt c) at:

Sone med særlige hensyn til landbruk, reindrift, friluftsliv, grønnstruktur, landskap eller bevaring av naturmiljø eller kulturmiljø, med angivelse av interesse.

For randsonen til nasjonalparker og landskapsvernområder kan det, samtidig med fastsetting av verneforskrift for nytt verneområde eller revisjon av verneforskrift eller forvaltningsplan for etablerte verneområder, fastsettes bestemmelser for å hindre vesentlig forringelse av verneverdiene i verneområdet.

Det kan gis retningslinjer om begrensninger av virksomhet og vilkår for tiltak for å ivareta interessen i sonen.

Det kan gis retningslinjer om hvilke hensyn som skal vektlegges ved praktisering av annen lovgivning så langt kommunen er tillagt myndighet etter vedkommende lov. (Lovdata, 2008, § 11-8)

2.3 Koblinger mellom miljø og utvikling

2.3.1 Internasjonalt miljøarbeid

Det internasjonale miljøengasjementet i forhold til areal- og artsvern kan spores i ulike avtaler, der blant annet Ramsarkonvensjonen fra 1975 angående bevaring av våtmarksområder og leveområder for vannfugler, og Bernkonvensjonen fra 1982 for vern av europeiske ville dyr og planter og deres leveområder, står sentralt. Miljøproblemer ble aktualisert under FN-konferansen om miljø og utvikling i Rio de Janeiro i 1992, som en oppfølging av Brundtland-kommisjonen fra 1987. Her ble bærekraftbegrepet (omtalt i innledningskapittelet), brakt på banen, der hensyn til de kommende generasjoner ble

vesentlig. I ettertid kom konvensjonen om biologisk mangfold (CBD), der formålet er å bevare det biologiske mangfoldet, samt å fokusere på en bærekraftig bruk av biologiske ressurser som ikke forringer omgivelsene og fordeling av genetiske ressurser (Direktoratet for naturforvaltning, 2008). Bærekraftbegrepet er relevant i forbindelse med verneområdene med tanke på de ulike bruksinteressene som finnes og hensynet til naturomgivelsene, og det langsiktige perspektivet hvor områdene skal fremstå attraktive for de kommende generasjoner. Dette vises også i norsk lovgivning gjennom Naturmangfoldloven og Plan- og bygningsloven, der bærekraftig bruk og vern, som tidligere nevnt, er en målsetting.

2.3.2 Paradigmeskiftet i den internasjonale naturforvaltningen

Veien fra det som kan betegnes som et klassisk naturvern, basert på strategier for vern mot bruk og vektlegging av det visuelle (Heiberg et al., 2005, s. 13) frem mot dagens vektlegging av naturmangfold, med inkludering av økonomiske, sosiale, økologiske og kulturelle aspekter, beskrives av IUCN (Den internasjonale naturvernunionen) som et paradigmeskifte i naturforvaltningen (Phillips, 2002). I den tradisjonelle tilnærmingen har tanken om at vernet hovedsaklig skulle være et gode for besøkende og turister dominert, mens dagens forvaltning også fokuserer på lokalbefolkningen sitt ståsted. Det kan med dette sies at forvaltningen har utviklet seg fra et nasjonalt anliggende, til også å være et lokalt og internasjonalt anliggende (Phillips, 2002, s. 14).

En nyere konvensjon som ikke omhandler natur spesifikt, men som går nærmere inn på lokalbefolkningens rolle i forhold til planlegging og forvaltning av våre omgivelser, er den europeiske landskapskonvensjonen som trådte i kraft 1. mars 2004. Gjennom denne konvensjonen ble deltakelse, lokal medvirkning og samarbeid satt i fokus (Miljøverndepartementet, 2006b). Konvensjonen blir sentral som et overordnet hensyn med tanke på næringsutvikling i tilknytning til natur- og kulturverdier og lokal medvirkning i forvaltning. Konvensjonen har som formål ”å verne, forvalte og planlegge landskap, og organisere europeisk samarbeid på disse områdene” (Miljøverndepartementet, 2006b). Det fremgår som en målsetting å øke bevisstheten og fokusere på formidling angående landskapsverdier, samt å fremme kompetanseutvikling innen landskapsforvaltning. Konvensjonen skal gjelde for alle typer landskap, både verdifulle og ordinære landskap (ibid.).

2.4 Koblinger mellom internasjonale trender og nasjonale målsettinger i Norge

2.4.1 Bærekraftig bruk av fjellområder

De internasjonale målene angående bærekraftig utvikling kan, som jeg allerede har vært inne på, også spores i norsk sammenheng i forbindelse med verneområder. I senere tid har forvaltningen vært preget av vern *for* bruk heller enn vern *mot* bruk, der man er mer opptatt av å skape muligheter og se potensialer, i stedet for å betrakte vern som hinder for bruk og aktivitet. I all hovedsak er ny næringsutvikling tilknyttet verneområder ulike satsinger og tiltak innen turisme eller reiseliv. Når det gjelder bærekraft i reiselivssammenheng, bør målsettingen for et bærekraftig reiseliv ifølge Vorkinn (2008) være et reiseliv som kommer alle parter til gode, det vil si å tilfredsstille de besøkende, gi økonomisk verdiskaping til lokalt næringsliv, bli akseptert i lokalsamfunnet og bidra til vern av miljøet. Spesielt i forbindelse med den norske reiselivsstrategien fra 2007 (blir omtalt senere i kapittelet), blir natur- og kulturressursene vurdert som bidrag til verdiskaping lokalt og spesielt i forbindelse med reiseliv.

Nasjonalparkene har også en vesentlig betydning i forbindelse med friluftsliv, som en vei til sosial og helsemessig verdiskaping. Som det påpekes i verneformålet til nasjonalparker, er det et vernemotiv å sikre allmennheten tilgang til disse områdene. Friluftsliv er også generelt et satsingsområde nasjonalt, eksempelvis blir friluftsliv vektlagt i St.meld. nr. 39 (2000-2001) *Friluftsliv – Ein veg til høgare livskvalitet* (Friluftslivsmeldingen) (Miljøverndepartementet, 2000-2001). Gjennom den nevnte Friluftslivsmeldingen og St.meld. nr. 26 (2006-2007) *Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand*, legges det vekt på friluftslivets betydning for å fremme god livskvalitet, økt trivsel, bedre folkehelse og bærekraftig utvikling. Det strategiske målet er at ”alle skal ha mulighet til å drive friluftsliv som helsefremmende, trivselskappende og miljøvennlig aktivitet i nærmiljøet og i naturen for øvrig” (Miljøverndepartementet, 2006-2007, s. 72).

2.4.2 Distriktsutvikling og verdiskaping i fjellregioner

Et viktig bidrag til det økende fokuset på bruk av verneområder i reiselivssammenheng kan spores i St.prp.nr 65 (2002-2003) ”Tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet medregnet folketrygden 2003” hvor den såkalte ”Fjellteksten” tilknyttet norske fjellregioner står. Her legges det vekt på at verneområder kan benyttes i merkevarebygging, der det

uttrykkes at: ”Regjeringen mener likevel at det er potensial for mer turistmessig bruk av våre verneområder, og vil åpne for økt miljøtilpasset turistvirksomhet som ikke kommer i konflikt med verneformålet i nasjonalparkene” (Finansdepartementet, 2002-2003, kapittel 3).

Det internasjonale fokuset på samarbeid, økt deltakelse og medvirkning fra lokalbefolkningen, som jeg har vist til innen naturvern og naturforvaltning, lar seg også gjenspeile i norsk distriktsutvikling. Når det kommer til koblinger mellom naturvern og distriktsutvikling spesifikt, kan dette blant annet spores i Stortingsmelding nr. 25 (2004-2005) *Om regionalpolitikken*. Meldingen tar for seg regional differensiering, desentralisering og samarbeid, der en økt satsing på nasjonalparker som verktøy for verdiskaping i fjellbygder står sentralt (Kommunal- og regionaldepartementet, 2004-2005). Koblinger mellom natur, kultur, reiseliv og landbruk kommer også frem i Landbruks- og matdepartementet (2007) sin strategi for næringsutvikling 2007-2009, ”Ta landet i bruk”. Fokuset rettes her mot en forsterking av unike kvaliteter til norsk landbruk, med mål om å forene bevart særpreg, med muligheter for næringsutvikling.

Nasjonale prosjekter og tiltak

En økt satsing på reiseliv blir sentral i forbindelse med verdiskaping i distriktene. Dette kommer spesielt frem gjennom den nasjonale reiselivsstrategien, ”Verdifulle opplevelser”, som ble definert av Nærings- og handelsdepartementet i 2007. Her blir fokuset rettet mot økt verdiskaping og produktivitet, med en målsetting om å skape levedyktige distrikter gjennom flere helårs arbeidsplasser innenfor reiselivsnæringen, samt å fremme Norge som et bærekraftig reisemål (Nærings- og handelsdepartementet, 2007).

I en oppfølgingsrapport for reiselivsstrategien fra 2007, beskriver Nærings- og handelsdepartementet (2009) 72 ulike tiltak for å skape levedyktige distrikter, fordelt på syv satsingsområder. Temaene det blir fokusert på er innovasjon, bærekraftig reiseliv, kvalitet, kompetanse, områdeutvikling, markedsføring og profilering og organisering. Eksempelvis relateres noen av tiltakene til å styrke bygdebasert reiseliv, benytte kulturarven som ressurs for reiselivet, skape utviklingsprogram for innlandsfiske og øke kunnskapsgrunnet om bærekraftig reiseliv. Det blir også arbeidet med fylkesdelplaner for å kartlegge utviklingspotensialer for blant annet reiseliv i randsoner til de viktigste villreinområdene, samtidig som leveområdene for villrein sikres. Dette kommer spesifikt frem i St.meld. nr. 21

(2004-2005) *Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand*, der det inngår som et nasjonalt resultatmål at villreinens leveområder skal sikres via regionale planer og opprettelse av europeiske og nasjonale villreinområder (Miljøverndepartementet, 2004-2005). I 2007 ble det derfor vedtatt fra Miljøverndepartementet at det skulle utarbeides regionale planer for villreinfjellene innen 2012, med en målsetting om å skape en helhetlig forvaltning av fjellområder for å sikre villreinen, videre rettes fokuset mot en balanse mellom bruk og vern, inkludert i randsonene til fjellområdene. De 10 områdene som har oppnådd status som nasjonale villreinområder i Sør-Norge inkluderer Setesdal Ryfylke, Setesdal Austhei, Hardangervidda, Nordfjella, Ottadalsområdet, Rondane, Sølnekletten, Snøhetta, Knutshø og Forollhogna (Miljøverndepartementet, 2010).

En annen målsetting i reiselivsstrategien går ut på å skape en handlingsplan for bærekraftig bruk og skjøtsel av nasjonalparker og andre verneområder, der målet er at alle nasjonalparker skal få forvaltningsplaner. Et av oppfølgingstiltakene fra denne handlingsplanen inkluderer det femårige programmet til Direktoratet for naturforvaltning, ”Naturarven som verdiskaper”. Programmet blir finansiert av Miljøverndepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet (Nærings- og handelsdepartementet, 2009, s. 17). Totalt består programmet av 15 prosjekter (Direktoratet for naturforvaltning, 2011c).

I prosjektbeskrivelsen til ”Naturarven som verdiskaper” kommer det frem at:

Formålet er å øke verdien av verneområder og andre naturområder med spesielle kvaliteter. Programmet skal legge til rette for at slike områder blir en viktig ressurs for sosial, kulturell, miljømessig og økonomisk utvikling og gir grunnlag for sysselsetting og verdiskaping basert på naturarven, samtidig som områdene forvaltes slik at naturens mangfold blir tatt vare på. (Direktoratet for naturforvaltning, 2009b, s. 1)

Natur- og kulturparkprosjekter er også et satsingsområde som blir omtalt i oppfølgingsrapporten for reiselivsnæringen. Målsettingen er å få frem en modell for lokal samfunnsutvikling, basert på regionale parker. I disse prosjektene blir det fokusert på å utvikle erfarings- og kompetansenettverk mellom ulike aktører (Nærings- og handelsdepartementet,

2009). Spesielt Sveits er kjent for sine regionale parker, mens i Norge har Valdres natur- og kulturpark, Nærøyfjorden Verdensarvpark og Telemarkskanalen regionalpark oppnådd statusen. I tillegg har Hordaland fylke utnevnt åtte landskapsparker (Parknytt, 2011).

En annen satsing er utpeking av nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer. 33 av 85 kommuner (tall fra årsskiftet 2008/ 2009) med vernet areal i form av nasjonalpark, har hittil oppnådd status som nasjonalparkkommuner. Tanken bak dette tiltaket i den norske reiselivsstrategien er å bidra til verdiskaping, der nasjonalparkene benyttes som et kvalitetsstempel og merkevare. For å kunne defineres som en nasjonalparkkommune, stilles det krav om at ”minst 30 % av kommunens areal eller minst 300 km² er vernet som nasjonalpark, eller hele nasjonalparker innen kommunen”, og at ”kommunen har nasjonalparkareal og deltar i et interkommunalt samarbeid angående nasjonalparkinformasjon/tilrettelegging/reiseliv med andre kommuner med nasjonalparkareal, eller at kommunen har et autorisert nasjonalparksenter” (Direktoratet for naturforvaltning, 2011d). Det er også utnevnt fem tettsteder som har fått status som såkalte nasjonalparklandsbyer. Lom kommune som grenser til Skjåk utgjør en av landsbyene. For disse tettstedene er det satt krav om at stedet må utgjøre en naturlig innfallsport til en nasjonalpark. I tillegg er det satt krav om at stedet må fremstå som et servicesenter og et godt vertskap for nasjonalparkene, der de bidrar med informasjon om nasjonalparkene og andre kommersielle tilbud (Direktoratet for naturforvaltning, 2011e).

I politisk plattform for flertallsregjeringen 2009-2013 erklæres det en videre satsing på Norge som reiselivsdestinasjon, med utgangspunkt i natur- og kulturressurser. Her blir både grønt reiseliv og reiseliv som distriktsnæring gitt en sentral plass. Reiseliv relatert til kultur, landbruk, samferdsel og distriktpolitikk er en av målsettingene, samt å skape et nyskapende, kunnskapsbasert og miljøvennlig næringsliv (Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, 2009).

3 TEORETISKE PERSPEKTIVER

I dette kapitlet vil jeg introdusere de teoretiske innfallsvinklene som knyttes opp mot problemstillingene, og som vil danne grunnlag for analyse og drøfting av de empiriske funnene senere i oppgaven. Teoridelen er delt inn i fire underkapitler. I den første delen av kapitlet tar jeg for meg ulike natursyn og verdiorienteringer, og går inn på et knippe studier som har undersøkt nettopp natursyn og verdisyn. Videre i kapitlet ser jeg på verneområders betydning for reiseliv. Her rettes blikket mot både internasjonale og norske studier, der jeg sammenligner forholdene og beskriver likheter og forskjeller. Det tredje området som belyses, er endringer i internasjonal naturforvaltning, som også er aktuelt for norske forhold (sett i lys av norsk naturlovgivning og nasjonale målsettinger innen bærekraftig reiseliv, som beskrives nærmere i bakgrunnskapitlet, kapittel 2). Teorikapitlet går avslutningsvis inn på verdiskaping og merkevarebygging, og mer spesifikt dette sett i forhold til nasjonalparker.

3.1 Natursyn og verdier

3.1.1 Ulike kategoriseringer

Det kan sies at natur er et omdiskutert begrep, og natur har ulik betydning i ulike sammenhenger og for ulike mennesker. For å kunne oppnå et grunnlag i forhold til landskap og verneområder i landskapsplanlegging og naturforvaltning, er det derfor viktig å kartlegge ulike natursyn og holdninger til områdene fra ulike hold. Som Jones (1993) peker på, forbindes både landskapsbegrepet og miljøbegrepet med våre fysiske omgivelser og er ofte overlappende begreper. Som følge av dette, er det i denne gjennomgangen derfor hensiktsmessig å ta for seg både landskapssyn og miljøorienteringer når det gjelder samfunnsspørsmål som omhandler bruk og vern. Verdier som tilknyttes landskapet er ifølge Jones (2009) ikke noe iboende i landskapet, men noe som eksisterer i menneskets sinn, og som ikke kan skilles fra de bruksinteressene som vektlegger disse verdiene. Christensen (1999, s. 117) påpeker også hvordan verdier er kulturelt betinget og at vektlagte verdier blir påvirket av vårt natursyn. Økt kunnskap om ulike verdiorienteringer og hvordan ulike områder virker inn på folk blir derfor sentralt, noe som også kan bidra til konfliktredusering, som beskrives nærmere senere i kapitlet (se punkt 3.3).

Menneskenes forhold til naturen, såkalt miljøetikk, fikk en økt betydning fra slutten av 1960-årene, som følge av miljøbevegelsens stigende engasjement (Kortenkamp & Moore, 2001). FN sin første miljø- og utviklingskonferanse ble arrangert i Stockholm i 1972, der fokuset ble satt mot internasjonale miljøproblemer. Videre kom en ny miljøbølge på 1980-tallet, som et resultat av Brundtland-rapporten fra 1987 og Rio-konferansen i 1992, der bærekraftig utvikling var temaet (van der Duim, 2005). En ble opptatt av hvordan natur kan forstås på ulike måter, og hvordan naturen gjøres til gjenstand for ulike behov. Mennesker benytter naturen til ulike aktiviteter, som landbruk, jakt og fiske, friluftsliv og turisme. Dette vil påvirke hvordan ulike bruksinteresser oppfatter muligheter og begrensninger i koblinger mellom natur og kultur. Christensen (1999) hevder også at vi må skille mellom en tankegang som rettes mot fellesskapet, og en som omfatter våre individualistiske verdiorienteringer når det gjelder natursyn, holdninger og atferd.

Hvilket syn mennesket har på naturen og hvilke verdier en søker realisert i naturen endrer seg over tid (Direktoratet for naturforvaltning, 2008). I dag er vi blant annet mer mobile enn tidligere, noe som gjør at bruken av natur, og kanskje også de verdier vi søker i naturen, kan være annerledes enn eksempelvis for femti år siden. Vi søker ulike ting i naturen - mens enkelte for eksempel vil oppleve en følelse av ro gjennom det de anser som urørt natur, kan andre basere seg på naturen som en base for konsum, for eksempel gjennom hytteliv. Menneskers miljøhensyn og atferd kan ifølge Dutcher, Finley, Luloff og Johnson (2007) sies å være et resultat av vår tilknytning til naturen, der det påpekes at de som føler seg koblet til naturen vil være mer miljøbevisste enn de som har et mer distansert forhold til naturen. Eksempelvis ser man motsetninger når det gjelder moralske aspekter, der enkelte står inne for et økosentrisk natursyn og setter naturens egenverdi i sentrum, mens andre er tilhengere av et antroposentrisk natursyn, hvor menneskenes dominans er gjeldende, og ulemper og fordeler av inngrep i naturen vurderes i lys av menneskenes egne interesser (Christensen, 1999; Dutcher et al., 2007; Kortenkamp & Moore, 2001; Manning, Valliere og Munteel, 1999). "Possibly the problem of multiple perspectives is simply the result of looking at the same complex thing (nature or environment) through different 'cultural lenses or filters'" (Haines-Young, 2009, s. 318). Med dette utsagnet menes det at vi også må ta hensyn til vår kulturelle og sosiale bakgrunn når det gjelder menneskers ulike oppfatninger; med andre ord så kan samme naturområde betraktes og forstås på ulike måter, ut fra hvem det er som betrakter.

Jones (2009, s. 194) refererer til den norske filosofen Per Ariansen (1996a, 1996b) sine teorier om ikke-utilitaristiske verdier tilknyttet natur. Den første underkategorien som inngår under denne typen verdier betegnes av Ariansen som preferanseverdier, der noe blir vurdert som en verdi og et mål i seg selv. Denne typen verdier kan relateres til friluftsliv eller turisme, som for eksempel gleden man oppnår gjennom å oppholde seg i naturen. Slike verdier betraktes som ikke-forpliktende verdier overfor andre. Den andre gruppen av naturverdier utgjøres av såkalte instrumentelle verdier. Her vurderes verdiene som et middel for å oppnå et mål, der verdiene er avhengige av at målet oppnås for å være betydningsfulle. Eksempelvis kan landskapet bli betraktet som en avgjørende verdi for landbruk, skogsdrift eller reiselivsvirksomheter. Den tredje gruppen består av konstitutive verdier, som blir verdsatt fordi de definerer folkets identitet. Konstitutive verdier blir betegnet som forpliktende verdier, der denne type verdier relateres til fellesskapet som man tilhører. Disse verdiene kan igjen kategoriseres i tre typer; etiske verdier gjennom fokus på bevaring av biologisk mangfold, kulturelle identitetsverdier i form av for eksempel fjellområder og nasjonalparker, og spirituelle eller religiøse verdier som blir knyttet til områder historisk betydning (Ariansen, 1996a, 1996b, referert av Jones 2009, s. 194-195).

Når det gjelder bærekraftig verdiskaping og landskapsplanlegging i verneområder, tar en studie fra verneområder i Alpene, utført av Jungmeier et al. (2006, s. 10), for seg tre dimensjoner som bør vektlegges. Den første omfatter den økologiske dimensjonen, som involverer naturarv og økosystemer. Den andre dimensjonen relateres til sosiokulturelle aspekter i form av akseptering, involvering, deltakelse og tradisjoner, mens den siste innebærer det økonomiske, der det blant annet legges vekt på tilførte verdier til regional utvikling, markedsføring og merkevarebygging ("branding"). Et siste eksempel på verdikategorisering, som også dels innehar de samme dimensjoner som Jungmeier et al. (2006), er Jones (1993) sin inndeling av ulike landskapsverdier i tre kategorier; økonomiske verdier, "amenity"-verdier og sikkerhetsverdier. Økonomiske verdier kan igjen kategoriseres i subsistens-, markeds-, og utilitaristiske økologiske verdier, der markedsverdier for eksempel kan være viktige for næringsliv. "Amenity"-verdier inkluderer økologisk egenverdi, vitenskapelige og pedagogiske verdier, estetikk og rekreasjon, samt orientering og identitet. Disse verdiene kan også betegnes som ikke-økonomiske verdier. Den siste kategorien omfatter sikkerhetsverdier, som dreier seg om forhold knyttet til forsvar og demarkasjon.

3.1.2 Tidligere utenlandske undersøkelser angående natursyn og verdiorienteringer

Som det blir påpekt i en nederlandsk undersøkelse utført av Buijs (2009, s. 419), blir forholdet mellom natur og kultur ofte omdiskutert. Enkelte kan vurdere naturen som noe atskilt fra kultur, mens andre ser kultur som en del av naturen. Selv om resultatene kan variere fra land til land, ut fra ulike fysiske og kulturelle kontekster, argumenterer Buijs (2009, s. 429) med at befolkningens tolkninger av naturverdier er viktig for å forebygge konflikter i lokal naturforvaltning. Forbedret kunnskap om befolkningens tolkninger av naturverdier kan følgelig bidra til å oppnå felles målsettinger gjennom samarbeid og integrering.

I studien til Buijs (2009) kommer det frem tre ulike verdiorienteringer med tanke på hvordan natur kan/bør forvaltes. Den første blir relatert til en "hands-off"-strategi i forhold til forvaltning, og går ut på at mennesker ikke bør forstyrre naturens prosesser. Den andre strategien omfatter det som betegnes som begrenset forvaltning, som blir koblet både til biosentriske og svakt antroposentriske verdier, med vekt på natur og landskap. Her kan målsettingen med begrenset forvaltning omfatte både forbedring av økologiske kvaliteter og mer menneskerelaterte mål, som for eksempel estetisk kvalitet. Den tredje gruppen innebærer derimot en såkalt "hands-on"-strategi, der målet er å motvirke naturens autonome utvikling. Natursynet som ligger til grunn her er at naturen må forvaltes med hensyn til menneskelige behov, som for eksempel jordbruk eller reiselivsinteresser. Hos denne gruppen dominerer et funksjonelt naturbilde som kan relateres til økonomiske verdier.

Miljøorienteringer kan også sees i sammenheng med vår bakgrunn, der avstand til områdene og vår grad av stedstilknytning til omgivelsene står sentralt. Dette har det blitt forsket på i en studie på New Zealand, der Pan og Ryan (2007, s. 304) peker på at de som besøker fjellområdene med størst motivasjon, eller som lever nær fjellet (innen 30 km), og som har gjentatte besøk i områdene, er mer tilfredse og har sterkere meninger angående områdene enn besøkende som ikke har så stor tilknytning til områdene. Det har også blitt forsket på miljøorienteringer i en britisk undersøkelse, hvor Swami, Chamorro-Premuzic, Snelgar og Furnham (2010) har studert hvilke miljøorienteringer som gjør seg gjeldende blant befolkningen i det britiske samfunnet. Miljøorienteringer blir i denne studien delt inn i egoistiske, altruistiske og biosfæriske verdier. Her kommer det frem at den dominerende gruppen blant den biosfæriske eller økosentriske orienteringen synes å være unge, politisk liberale og høyt utdannede (ibid., s. 139). Dette blir også bekreftet av Bell (2001), referert av Buijs (2009, s. 419), der man ser en tendens til at økosentriske verdier står sentralt blant

urbane og høyt utdannede mennesker. Årsaken til at enkelte i stedet vektlegger antroposentriske verdier, kan skyldes at manglende kunnskap og at egne interesser kan virke inn. Dette kan følgende resultere i mindre engasjement, hvor hensynet til andre mennesker og altruistiske verdier blir mindre interessant (Christensen, 1999). Ifølge Eagles, McCool og Haynes (2002, s. 14) forekommer det en korrelasjon mellom utdanningsnivå og etterspørsel etter friluftsbaserte aktiviteter, der det er ønskelig å oppnå kunnskap om områdene blant høyt utdannede mennesker mens man reiser ("learning-while-travelling"). Disse opplevelsene blir for eksempel basert på guidete turer og villmarkssafari, der natur- og kulturressurser i verneområder blir viktig, spesielt for de som regnes som økoturister. Som følge av en tid med større forventninger og krav om tilrettelegging i verneområder, medfører dette derfor til et økende politisk press med tanke på vern av natur- og kulturressursene (ibid.).

3.2 Bruk av verneområder i reiselivssammenheng

Mens 1960-tallet refereres til som en periode som var preget av rekreasjon som reisemotiv, vurderes 1970-tallets reiseliv som en flukt fra hverdagen, såkalt eskapisme. I senere tid relateres reisemotiver derimot mer mot etterspørsel etter opplevelser, der sanseintrykk blir sentralt (Jacobsen & Viken, 2008). Som følge av dette gjør en større interesse for aktiviteter og produkter innen de såkalte opplevelsesnæringer seg gjeldende, der stedsbundne aspekter i form av organiserte arrangementer, aktiviteter basert på lokale historier og tradisjoner, service eller selve stedet som opplevelse i seg selv, er attraktivt (Lorentzen, 2009). En økt interesse opplevelser basert på natur og kultur kan ha betydning for steder som berøres av verneområder. Eksempelvis har Lorentzen (2009, s. 844) beskrevet hvordan opplevelsesnæringer også er aktuelt for perifere områder, der natur, tradisjoner, ro, lokale nettverk og initiativer blir vurdert som konkurransefortrinn i forhold til mer urbane strøk.

3.2.1 Internasjonale verneområder

I den tidligere nevnte undersøkelsen fra Alpene, blir verneområder beskrevet som "landscapes of hope", der det nye forvaltningsparadigmet gir muligheter for integrering av regional utvikling i forvaltningen, i stedet for å skille naturvern og økonomisk utvikling. Verneområder beskrives som bærekraftige og trendsettende faktorer for regional utvikling, hvor de blir vurdert som en ryggrad for samarbeid mellom ulike aktører (Jungmeier et al., 2006, s. 34). I de senere år har antall verneområder økt. Europeiske verneområder som blir

definert etter Verdens naturvernunion (IUCN) sine vernekategorier, har fordoblet seg, fra 2060 områder i 1970 til 4 400 verneområder i 1990, ifølge Jungmeier et al. (2006, s. 9).

Nasjonalparkene fremstår som et trekkplaster for naturbasert reiseliv, og Eagles (2002) viser til interessante landskap, informasjon og infrastruktur som tiltrekkende faktorer. Videre har han tatt for seg internasjonale trender tilknyttet verneområder, der det fokuseres på muligheter og utfordringer i reiselivssammenheng. Verdifulle naturressurser, høy markedsprofil og kvalitetsservice anses som forutsetninger for å skape en tiltrekkende destinasjon på det internasjonale markedet, noe som gjør nasjonalparkene mer attraktive enn andre verneområder. På den andre siden vurderes utilstrekkelig forvaltning, manglende infrastruktur og for dårlig språkkompetanse, med tanke på utenlandsk turisme, som hinder for å utvikle nasjonalparker som reiselivsmål (Eagles, 2002, s. 146).

Puustinen, Pouta, Neuvonen og Sievänen (2009) har i en finsk studie drøftet hvordan rekreasjonsmessig service og naturkarakteren i nasjonalparker påvirker besøkstallet i nasjonalparker. Her kommer det frem at besøkstallene er høyest i de parkene som kan tilby mest rekreasjonsmessig service, som for eksempel stimerking, campingmuligheter og bålplasser. I denne studien blir fjellområder betegnet som såkalte ”ressursbaserte parker” (Puustinen et al., 2009, s. 28), som følge av at det er mer muligheter for aktiviteter her. Med hensyn til naturkarakter viser studien at skogsområder med vann og sceniske kvaliteter blir vurdert som mer tiltrekkende enn myrområder (ibid.).

En annen studie fra New Zealand har fokusert på ulike besøksmotiver i fjellregioner og verneområder. I denne studien har Pan og Ryan (2007) sett på motiver for å besøke fjellområdene. Besøksmotivene blir relatert til ”push”-faktorer fra urbane områder, som mental avslapning, ro, fysisk helse, intellektuell læring eller sosialisering, mens ”pull”-faktorer omfatter tiltrekkende krefter, som infrastruktur, naturlige fasiliteter og innkvartering. I studien blir det skilt mellom en gruppe som betegnes som aktivt sosialt besøkende, som består av de som liker å gå turer sammen med andre (dominert av aldersgruppen 21-40 år), mens en annen gruppe blir utgjort av brukere med det som her kalles entusiastiske reisemotiver. Dette er ofte lokale brukere som foretar turer om ettermiddagen. En tredje brukergruppe foretrekker derimot å gå alene og være i ”isolat” med naturen, og domineres av menn fra 41-60 år. Pan og Ryan (2007, s. 298) opererer også med en gruppe som de kaller

ufrivillig besøkende, som beskrives som ofte å være førstegangsbesøkende, under 20 år eller over 60 år, gjerne studenter eller arbeidsledige.

3.2.2 Norske nasjonalparker sammenlignet med utenlandske forhold

Aas et al. (2003) har tatt for seg den internasjonale utviklingen innen reiseliv og næringsaktiviteter i og omkring verneområder, der det konstateres at nasjonalparker vil få en betydelig plassering også i norsk reiseliv fremover. Likevel presiseres det av Miljøverndepartementet (2004, s. 365) at tilretteleggingstiltak har en mindre aktualitet i norske nasjonalparker sammenlignet med verneområder i andre land. Nyere undersøkelser blant besøkende i norske nasjonalparker viser at nasjonalparker ofte er mer kjent og av større betydning blant utenlandske turister, mens nordmenn kjenner til områdenes egne kvaliteter, og dermed blir selve vernestatusen mindre interessant (Heiberg et al., 2005, s. 58). Angående betydningen av selve nasjonalparkstatusen, diskuteres det også hvorvidt det er vernestatus eller stedsnavn, uavhengig av vernet, som selger (Heiberg et al., 2006, s. 37).

Hva kan norsk nasjonalparkforvaltning lære av utenlandsk erfaring?

I en sammenligningsrapport som tar for seg Jotunheimen nasjonalpark og italienske Adamello Brenta Natural Park, hevder Moranduzzo (2008) at forvaltningen i Norge fremstår som fragmentert og desentralisert, der kunnskap og ansvar er spredt på mange interessenter. Ettersom Jotunheimen nasjonalpark blir mest markedsført som et produkt i reiselivssammenheng, heller enn å benytte reiselivsstrategier i selve parken, har det derfor blitt uttalt at potensialet for reiseliv ikke er fullt utforsket. En del av dette gjør at en heller ikke har nok kunnskap om og oversikt over de besøkende, sammenlignet med nasjonalparker i andre land. Nasjonalparkstatusen har ifølge Aas et al. (2003) for eksempel oppnådd en stor verdi for land som Tanzania, Canada, New Zealand og Australia, der det blir lagt vekt på lokalt partnerskap, engasjement fra frivillige organisasjoner og deltakelse fra lokalsamfunnet. Utenlandske nasjonalparker preges ofte av mer spesifisert utdanning innen oppsyn og tjenestestab, bruk av besøkssentre, organisering og guiding, besøksavgifter, overvåking av miljøtilstander, soneinndeling og regulering av ferdsel og konsesjons-/lisenssystemer for næringsdrivende (ibid.).

I rapporten til Moranduzzo (2008) kommer det frem at Italia har oppnådd en vellykket forvaltningsstrategi i nasjonalparken i Abruzzo, Lazio og Molise via et sonesystem som

baseres på fire soner, fordelt mellom ”integral reserves”, ”general reserves”, ”protection areas” og ”development areas”. Den første typen omfatter besøksområder der det er påbudt å følge stier, med guiding dersom nødvendig, mens den andre typen relateres til urørt natur, med rom for tradisjonelle landbruksaktiviteter under overvåking. I den andre sonen er det ikke muligheter for nye økonomiske etableringer. Den tredje sonen, verneområder, gir utsikter for tradisjonelle, miljøvennlige menneskelige aktiviteter, mens utviklingsområdene domineres av lokal næringsutvikling (Moranduzzo, 2008, s. 19-20). Når det gjelder andre konkrete eksempler, trekker Vorkinn (2008, s. 22) spesielt frem Wadden See i Nord-Tyskland som inspirasjon. Wadden See kjennetegnes av fungerende soneinndeling, guiding og informasjon, ansikt-til-ansikt informasjon, tett kommunikasjon, attraktive naturopplevelser, profesjonell markedsføring og god overvåking.

3.2.3 Norske nasjonalparker: besøkparker eller museumsparker?

Det må bemerkes at vi har ulike typer nasjonalparker, der noen preges mer av kommersialisering enn andre. Eksempelvis peker Moranduzzo (2008, s. 17) på hvordan enkelte verneområder kan betraktes som museum, der brukerne blir sett som en trussel, mens andre nasjonalparker beskrives som laboratorier for bærekraftig utvikling. Når det gjelder norske forhold, har det likevel blitt hevdet at mindre grad av infrastruktur og færre mennesker kan være en fordel og et konkurransefortrinn i forhold til naturbasert turisme og miljøvennlige aktiviteter (Moranduzzo, 2008, s. 40), mens det som skaper mest frykt blant forvaltningsaktører med tanke på økt ferdsel i norske nasjonalparker, er slitasje og forstyrrelse (Heiberg et al., 2005, s. 4).

I nyere norsk forskning har det blitt drøftet hvorvidt nasjonalparker fungerer som turistattraksjoner. Eksempelvis viser en spørreundersøkelse som ble utført sommeren 2008 blant tyske, nederlandske og danske turister i Norge, at spesielt frisk luft og rent vann blir vurdert som sterke motiver for å besøke verneområder (Haukeland, Grue og Veisten, 2010, s. 257). Med tanke på markedsføring og profilering, trekker Moranduzzo (2008) spesielt frem tyskere som en målgruppe som tradisjonelt sett er mer miljøbevisste. Når det gjelder tilrettelegging, ble det i Haukeland et al. (2010) sin studie undersøkt hvordan besøkende i nasjonalparker vurderer ulike typer tiltak, deriblant deres preferanser for tiltak som har å gjøre med ”stier og skilt” inne i nasjonalparker, ”infrastruktur og service” i og omkring nasjonalparkene, ”mat og innkvartering” i randsonene, samt ”turer og inntrykk” i parkene.

Resultatene peker på at det er et markedspotensiale for koblinger mellom ”turer og inntrykk”, ”mat og innkvartering” eller ”stier og skilt”, mens ”infrastruktur og service” på den andre siden blir vurdert som mindre relevant og er mer omstridt mellom ulike brukergrupper (Haukeland et al., 2010, s. 267).

En annen undersøkelse som er utført av Haukeland, Daugstad og Vistad (2011), har gått inn på synspunkter rundt bruk og vern blant tradisjonelle rurale bruksinteresser og lokale reiselivsinteresser tilknyttet nasjonalparkene Jotunheimen og Rondane, som utgjør en del av det såkalte ”Nasjonalparkriket” i Nord-Gudbrandsdalen. Betegnelsen *tradisjonelle rurale bruksinteresser* blir her benyttet om landbruk og friluftslivsaktiviteter som jakt og fiske, mens *lokale reiselivsinteresser* relateres til aktører som baserer sin reiselivsvirksomhet på naturressurser i forbindelse med nasjonalparkene. Studien viser at fra både tradisjonelle interesser og reiselivsaktører, anses vern som et gode, men fra reiselivsaktører kommer det frem at strengere restriksjoner enn nå i forhold til vern kan virke negativt inn på reiselivet. Blant de tradisjonelle bruksinteressene i Rondane blir det uttrykt en større frykt for press på villrein med økt reiselivstilknyttet aktivitet, mens reiselivsrepresentantene fra sitt ståsted vurderer villrein som mer tilpasningsdyktig og fleksibel i forhold til endringer, men presiserer likevel at villrein er av betydning for det lokale reiselivet. Tendensen viser at reiselivsaktører er mer åpne for en mer omfattende reiselivssatsing, mens tradisjonelle bruksinteresser er mer konservative med tanke på nye utviklingsforetak. Studien fremhever et større behov for samarbeid og samordning i forvaltningen mellom ulike bruksinteresser, der både økologiske og sosioøkonomiske perspektiver blir inkludert i planleggingen (ibid.).

3.3 Endringer i internasjonal naturforvaltning

3.3.1 Samarbeid og partnerskap

I en australsk studie har Wilson, Nielsen og Buultjens (2009) drøftet det som kan betegnes som et nytt forvaltningsparadigme. Endringene viser til en utviklingsvei der kommersielle aktører innen reiseliv gjennomgår et rollebytte, fra å kunne beskrives som ”leietakere” til å bli partnere. Slik kan en oppnå en sterkere integrering mellom naturforvaltning og reiseliv, som anses som fordelaktig for begge parter. Nytenkningen har ført til større vektlegging av entreprenørskap og kommersielle muligheter tilknyttet naturressurser, der det som betegnes som ”kvalitetspartnerskap” mellom ulike aktører, skal sikre bærekraftige løsninger for naturen og opplevelser for besøkende (Wilson et al., 2009). Dette kan også kobles til såkalt

stakeholder-teori som har fått et økt fokus i forbindelse med naturforvaltning. Haukeland et al. (2011, s. 15) refererer til Freeman (1984) sin definisjon av en stakeholder (interessenter), forstått som ”a person, or a category of persons, that has a direct or indirect stake in an organization or institution”.

På den andre siden kan også koblinger mellom verneområder og reiseliv by på utfordringer. For eksempel skildrer McCool (2009) dagens utvikling av reiseliv tilknyttet verneområder i internasjonal sammenheng som kaotisk. Dette blir sett som en konsekvens av endringer, kompleksitet og usikkerhet. Endringene han sikter til, er et større mangfold av forventninger og krav om tilrettelegging blant ulike brukergrupper. Situasjonen preges også av motsetninger mellom verneformål og de besøkende sin tilgang til verneområdene for å verdsette naturverdiene (ibid.).

Tverrfaglig kunnskap som konfliktreduserende middel?

Fokuset på den nye miljøagendaen som er opptatt av bærekraftig utvikling, skaper nye utfordringer og stiller et større krav om bruk av tverrfaglig kunnskap knyttet til teorier, metoder og konsepter (Jamison, 2004, s. 239). Mens planprosesser tradisjonelt sett har blitt beskrevet som reduksjonistiske, vil dagens miljøproblematikk heller innebære større kompleksitet og usikkerhet, som følge av at det er vanskelig å forutse konsekvenser som finner sted i større skala enn tidligere (McCool, 2009). I stedet for å fremme ny vitenskap, rettes søkelyset mot kombinasjoner av kunnskap, som oppnås via ”teamwork” og kommunikasjon. Her fokuseres det på en praktisk tankegang og fremming av kunnskap gjennom handling (”learn by doing”) (ibid.). McCool (2009) presiserer at gode relasjoner oppstår gjennom partnerskap, delte visjoner og kompromisser som utgjør en mer helhetlig og effektiv planlegging, dersom aktørene fremstår med åpenhet, unngår skjulte agendaer, har forståelse for andre sine synspunkter og kommuniserer.

I internasjonal forskning har Laing, Lee, Moore, Wegner og Weiler (2009) beskrevet samarbeid mellom naturforvaltning og turisme som en postdisiplinær og multiteoretisk tilnærming, som krever større fleksibilitet og kreativitet. Det blir hevdet at et samarbeid mellom ulike fagområder kan blant annet føre til sosial utveksling og ressursdeling, tilpasning eller spredning av innovasjon der ideer videreføres, miljøbevisste løsninger, sosial representasjon for å avdekke ulike holdninger, nettverksbygging og engasjement blant ulike interessegrupper (Laing et al., 2009, s. 9). Også i norske studier har det blitt drøftet hvordan

man bør gå frem for å lykkes innen bruk og forvaltning i fjellet. Det blir presisert at det er nødvendig å ta utgangspunkt i et mer holistisk perspektiv og arbeide for et bedre samarbeid mellom ulike aktører, der det kreves et høyere kunnskapsnivå om langtidseffekter på miljøet (Aas et al., 2003).

3.4 Verdiskaping og merkevarebygging

3.4.1 Næringsutvikling i perifere samfunn

I en internasjonal regionalstudie har Ward og Brown (2009) beskrevet trender som påvirker rurale områder i den regionale utviklingen. Det kommer frem at mange forbinder begrepet ruralitet med det motsatte av det urbane, og det tradisjonelle i motsetning til det moderne. I studien blir det drøftet hvordan rurale områder kan by på fordeler og bidra til verdiskaping i rurale samfunn. Det viser seg ofte at urbane områder hovedsakelig forbindes med innovasjon og vekst, mens rurale områder heller blir satt i sammenheng med en passiv rolle. På den andre siden får rurale områder gjennom sitt særpreg i en global verden en viss betydning (Ward & Brown, 2009, s. 1240). De to trendene Ward og Brown (2009) spesifikt nevner er for det første at rurale områder blir mer forskjellige og kan spille på lokale fortrinn, som følge av globale sosioøkonomiske endringer. Den andre trenden kobles til endret mobilitet i sosial og økonomisk sammenheng, der en økende interesse for "second homes" og flere muligheter gjennom forsterket teknologi og kommunikasjon gjør seg gjeldende.

Sosial, kulturell og økonomisk verdiskaping

Ward og Brown (2009) skisserer hvordan rurale områder ofte kjennetegnes av fraflytting av den unge befolkningen og mennesker med høyere utdanning, færre arbeidsplasser og lavere andel offentlig service. På den andre siden kan det som blir betegnet som en moturbanisering bidra positivt for perifere områder, der natur- og kulturfasiliteter og lokale produkter ansees som konkurransefortrinn. Smidt-Jensen og Lorentzen (2011, s. 18) presenterer kommunene som entreprenører i en stedbunden opplevelsesøkonomi, der kombinasjonen av tilgjengelige lokale ressurser og eksterne vilkår er avgjørende for resultatet. Lokale utviklingsstrategier kan derfor bidra til sosial verdiskaping gjennom å fremme innbyggernes livskvalitet, men også kulturelt og økonomisk gjennom å trekke til seg tilreisende gjennom attraksjoner og spesifikke konkurransefortrinn (ibid.).

Tiltak som fisketurisme, hyttebygging, jakt, skianlegg og oppgraderte gjestehus beskrives av Sletvold (2004, s. 56) som middel mot fraflytting, nedleggelse eller forgubbing. En økt satsing på turisme i perifere områder blir sett som et mottiltak mot nedgang i tradisjonelle næringsforetak. Slik satsing kan også bli en utfordring gjennom miljødegradering, eller tilfeller der for mye reiselivsutvikling kan bidra til at innbyggerne føler et tap av bygdeidyllen, at en "small town feeling" forsvinner og områdets estetiske kvaliteter oppleves som forringet (Nepal, 2008, s. 61). Viken (2004, s. 11) uttrykker hvordan turistutviklingen kan medbringe en mental og kulturell slitasje, men på den andre siden bidra til å fremme levedyktige steder gjennom revitalisering, der tradisjoner og kulturelle aspekter blir ivaretatt. Eksempelvis kan turismeattraksjoner fremstå som koblinger mellom historiske hendelser og nåtid, der presentasjonen kan sies å utgjøre "et postmoderne uttrykk for oppfatninger av fortiden" (Viken, 2004, s. 90). Dette kan gi fordeler for lokalsamfunnet gjennom å vedlikeholde lokal kultur og stedsbundne kvaliteter via kulturell verdiskaping, men også økonomisk i reiselivssammenheng.

3.4.2 Verdiskaping og merkevarebygging ("branding") tilknyttet verneområder

Merkevarebygging viser seg å være gunstig i forbindelse med natur og verneområder som "salgsvarer". Naturen blir en viktig merkevare både i nasjonal og internasjonal sammenheng. Eksempelvis gjenspeiles dette hos Innovasjon Norge, som har fokusert på slagordet "Norway, Powered by Nature" i markedsføringen av Norge (Dagbladet, 2007). Med andre ord blir naturen betraktet som en viktig verdiskaper for norsk næringsliv, og spesielt i reiselivssammenheng. I en kronikk fra avisen *Gudbrandsdølen Dagingen*, påpeker Miljø- og utviklingsminister Erik Solheim (2011) hvordan naturen fremstår som vår viktigste merkevare ved siden av verdensarvområdene, samt at naturen er til for å oppleves. Naturen definerer oss også som en nasjon, hevder Solheim.

Hva kjennetegner merkevarebygging?

I en rapport fra Telemarksforskning beskriver Svardal, Bjørnstad og Clementsen (2008, s. 36) et merke som "et navn, tegn, symbol og/eller et design som identifiserer en leverandør eller et produkt". Merkevarene kobles gjerne til merker i form av logoer eller design, og fremstår som noe mer enn bare et produkt eller et sted. Formålet er å bygge på et særpreg og utløse assosiasjoner hos mottakeren, noe som kan bidra til positive ringvirkninger i lokalsamfunnet. Her inkluderes både materielle aspekter som produkter eller landskap, og immaterielle

egenskaper som symboler, følelser og opplevelser, som bygges opp i mottakerens bevissthet (Svardal et al., 2008, s. 36-38). Det har inntil nå vært lite forskning på ”place branding” eller merkevarebygging i forbindelse med steder, men tendensen viser at interessen er økende (Allingham, 2011; Moilanen & Rainisto, 2009, s. 4). Allingham (2011, s. 141-142) hevder at ”branding” og opplevelser har fått stor betydning fra 1990-tallet, som et av de mest foretrukne midlene til å skape identitet og profilering, mens Moilanen og Rainisto (2009) har beskrevet ”place branding” som et rammeverk som kan benyttes for å fremme et steds synlighet og attraktivitet. Merkevarebygging bidrar til å skape verdier, der medias rolle er av stor betydning, særlig gjennom Internett. Merkevarebygging kan ofte forveksles med stedsmarkedsføring, som på sin side relateres til aktuelle attraksjoner og stedet som destinasjon for turister. Merkevarebygging er i stedet basert på et mer helhetlig konsept, som går ut på hvordan steder fremtrer, dets tilbud, videre overlevelsessevne og vekst, samt fremtidsrettede aspekter som ambisjoner og visjoner, og hvilke ressurser som kreves for å realisere visjonene (Allan, 2007).

Hvordan benyttes merkevarebygging i forbindelse med norske nasjonalparker?

Når det gjelder nasjonalparker som merkevarer, vises dette spesifikt gjennom de nasjonale prosjektene nasjonalparkkommuner og nasjonalparklandsbyer, som er omtalt i bakgrunnskapittelet (kapittel 2). I prosjektene blir nasjonalparkstatusen benyttet for å oppnå en målsetting om en merkevare med felles innhold, i form av kvalitetskriterier, skilting, grafisk profil (se figur 4) og felles innspill overfor sentrale myndigheter (Direktoratet for naturforvaltning, 2011d).



Figur 4: Logo for nasjonalparkkommuner (Direktoratet for naturforvaltning, 2010).

Det blir påpekt at nasjonalparker ikke nødvendigvis fører til økt verdiskaping automatisk, men at de kan bidra til en merverdi blant kommersielle produkter i form av nye arbeidsplasser, økt lokal inntekt og økt forbruk blant turister (Vorkinn, 2008, s. 29). Angående norske forhold, legger Vorkinn (2008, s. 19) vekt på mer bevisst bruk av verneområder som salgsargument, og på kompetanseheving blant selgere og produktutviklere. Nasjonalparkene som kvalitetsstempler kan fremstå som en internasjonal merkevare som kan bidra til verdiskaping for kommersielle produkter som tilbys i randsonene til nasjonalparkene. Eksempelvis er dette utbredt i Alpene, samt i Tyskland og Østerrike (Vorkinn, 2008). Heiberg et al. (2006) har forsket på næringsutvikling tilknyttet verneområder, der hyttebygging og salg av produkter basert på tradisjonelle aktiviteter som jakt og fiske, blir trukket frem som potensielle satsingsområder. Det blir hevdet at dette kan være aktiviteter som fenger i fremtiden, og som bidrar til økonomisk verdiskaping ellers i lokalsamfunnet. Når det gjelder fiske, blir det påpekt at interessen for tilrettelegging og krav om høyere kvalitet kan få økt betydning fremover, der lokal tradisjon og kultur kan inngå i salgsproduktet. Samtidig kan dette også bidra til kompetanseheving hos selgerne.

3.5 Kapitteloppsummering

I teorikapittelet har jeg gått inn på ulike måter å kategorisere og forstå ulike natursyn og verdiorienteringer, som er viktig for forvaltning og landskapsplanlegging. Videre har jeg sett på hvilke trender og besøksmotiver som gjenspeiles i internasjonale verneområder. Selv om norske nasjonalparker er mindre preget av tilrettelagte aktiviteter sammenlignet med utenlandske forhold, kan man likevel hente inspirasjon fra andre land, noe som kan bidra til verdiskaping både nasjonalt og lokalt i Norge. Eksempelvis viser tidligere forskning at det er ønskelig med bedre skilting og stimerking inne i norske nasjonalparker, noe som også kan bidra til økt trygghetsfølelse blant de besøkende. Forskningsfunn viser også til kontraster mellom tradisjonelle brukere tilknyttet landbruk og tradisjonelle friluftaktiviteter på den ene siden som ikke har ønsker om store endringer, og reiselivsinteressenter på den andre siden, som ut fra sitt ståsted er mer åpne for næringsutvikling i tilknytning til verneområder. Senere i kapittelet har jeg omtalt endringene innen internasjonal naturforvaltning, der et større fokus på samarbeid mellom ulike aktører blir sett som et middel for å lykkes. Til slutt har jeg sett på koblinger mellom verneområder og verdiskaping, der naturen som merkevare kan bidra til bred verdiskaping, både sosialt og kulturelt for lokalsamfunnet og for det lokale næringslivet.

4 METODE

I dette kapitlet begrunner jeg hvorfor kvalitative metoder har vært mest aktuelt i mitt forskningsarbeid. Her vil jeg presentere de metodiske valgene bak feltarbeidet og hva som karakteriserer humanistisk forskning. Deretter beskriver jeg det valgte forskningsdesignet som er utformet for å kunne svare på min problemstilling. I forskningsdesignet blir det kartlagt hva som skal studeres, hvem som er aktuelle informanter, hvor forskningen skal foregå og hvordan den skal foregå (Thagaard, 2003, s. 46). Her går jeg også nærmere inn på utfordringer og etiske dilemmaer som kan oppstå ved feltarbeid i et kjent nærmiljø, og utfordringer ved min posisjon som en ”insider”. Videre i kapitlet vurderer jeg hvordan metodevalget og gjennomføringen av feltarbeidet fungerte. Kapitlet blir avsluttet med en beskrivelse av analysen i ettertid av datainnsamlingen, der jeg tar for meg ulike tilnærminger angående koblinger mellom data og teori, og begrunner valgene mine. Her går jeg også inn på utfordringer ved analysearbeidet.

4.1 Kvalitative studier og forskningsdesign

4.1.1 Humanistisk forskning

Som en kritikk av den objektive positivismeforskningen hvor mennesker ble behandlet som ”the rational economic man”, gjorde humanistisk geografi seg gjeldende fra 1970-tallet, der modeller ble erstattet av et større fokus på mennesker. Tanker, erfaring og følelser hos det individuelle mennesket ble brakt på banen (Blunt, 2009, s. 67). Mens kvantitative metoder benyttes om utbredelse og antall, basert på analyse av tall, relateres kvalitative metoder i stedet til prosess og mening, der man går i dybden og fokuserer på tekster eller utsagn (Thagaard, 2003, s. 16-17). De vanligste kvalitative metodene er observasjon og intervju (Thagaard, 2003, s. 13).

Silverman (2007, s. 82) beskriver hvordan hovedstyrken til kvalitativ forskning er dens evne til å studere fenomener som er utilgjengelig via andre metoder. Denne typen forskning kjennetegnes av en forståelse for sosiale fenomener, studier av atferd og samhandling mellom mennesker, der fortolkning står sentralt (Thagaard, 2003, s. 11). I masteroppgaven har jeg valgt å benytte kvalitative metoder for å få innsikt i ulike verdiorienteringer og preferanser som blir vektlagt i naturen og nasjonalparkene fra ulike aktører i lokalsamfunnet. Ettersom

opplevelser og meningsdimensjoner ikke kan måles kvantitativt, er en kvalitativt rettet forskningsposisjon basert på intervjuer mest hensiktsmessig gjennom mitt feltarbeid.

Hermeneutikk og fortolkning

Innenfor kvalitativ forskning gjør spesielt hermeneutikk seg gjeldende. Hermeneutikk karakteriseres av en fortolkning av et dypere meningsinnhold gjennom å akseptere at det finnes flere forståelser på ulike nivåer, og ikke bare én sannhet. Hermeneutiske tilnæringer gjelder ikke lenger bare for tekster, men kan også benyttes ved å "lese" kulturer gjennom observasjon og intervjuer (Thagaard, 2003, s. 37). Førstegrads fortolkning forbindes med forskerens fortolkning, mens annen grad omfatter informantens fortolkning av sin egen situasjon. Her er det snakk om en dobbel hermeneutikk, der forskeren tolker en verden som allerede er tolket av informanten. Den tredje graden innebærer forskerens tolkning av handling knyttet til teori, der målet er å oppdage noe som befinner seg i underbevisstheten (Thagaard, 2003, s. 38-39). Fra min forskningsposisjon var det et mål å tolke informantenes synspunkter angående koblinger mellom bruk og vern, som kunne relateres til ulike natursyn. Videre var det en målsetting å belyse hvilke muligheter og ufordringer som ble vurdert fra ulike aktører i forbindelse med næringsutvikling og verdiskaping basert på natur- og kulturverdier.

4.1.2 Forskningsdesign

Clifford og Valentine (2003a) har beskrevet seks punkter som de hevder at man bør legge vekt på når man planlegger utformingen av forskningsdesignet. Det første punktet blir relatert til det å tenke over hvilke spørsmål man vil stille for å oppnå mest mulig ønskelig informasjon, mens det andre punktet omfatter hvilke metoder som er mest passende å bruke. Fra min forskningsposisjon var det mest aktuelt å benytte et såkalt intensivt forskningsdesign. Denne typen forskningsdesign vil ifølge Clifford og Valentine (2003a) kunne gir svar på spørsmål som "hvordan", "hva" og "hvorfor", og er egnet for en mindre studie med maksimalt antall detaljer. I motsatt tilfelle vil et ekstensivt forskningsdesign vektlegge generalisering, noe som ikke har vært aktuelt fra min posisjon.

Hvordan lykkes med datainnsamlingen?

Videre i designet går det tredje punktet til Clifford og Valentine (2003a) ut på hvilke data som skal produseres og hvordan man skal få til dette. En vesentlig del av forberedelsene til en

datainnsamling går ut på å sette seg godt inn i aktuell bakgrunnsinformasjon, noe som vil være en fordel for å skape et godt intervju, der man er forberedt og har et grunnlag for å stille konstruktive spørsmål. Med tanke på min rolle som forsker i et kjent nærmiljø, var dette et viktig moment. Som følge av min bakgrunn som en ”insider” fra samme samfunn som informantene, kunne dette by på problemer i forhold til spørsmålsformuleringen. Thagaard (2003, s. 74) peker på hvordan forskerens fokus og inntrykk som oppstår gjennom feltarbeidet er preget av forskerens tidligere erfaringer, noe som kan virke inn på hvilken tilgang på informasjon man oppnår fra informantene. Eksempelvis kan ting som virker kjente og åpenbare i nærmiljøet, virke fremmed for mennesker utenfra. Som følge av dette, råder Thagaard (2003, s. 77) derfor forskeren til å forsøke å ”se sin egen kultur med andres øyene”.

Posisjonalitet og selvrefleksivitet

Som Dowling (2000) har påpekt, er måten man fremstiller seg selv på som forsker viktig for å få tilgang til informasjon, eksempelvis gjennom intervjuer. Clifford og Valentine (2003b, s. 557) definerer begrepet posisjonalitet som det å erkjenne og prøve å forstå virkninger av forskerens sosiale posisjon med hensyn til informantene, med tanke på maktrelasjoner eller kulturelle forskjeller som kan påvirke forskningsprosessen og tolkninger. Den informasjonen som forskeren oppnår fra informantene er følgende avhengig av hvordan forskeren oppfattes i den bestemte konteksten. Eksempelvis kan forskeren bli betraktet som truende, ubetydelig eller maktfull overfor informanten, der kjønn, klasse, etnisk bakgrunn, seksualitet eller jobbstatus kan virke inn (ibid.).

Jeg var i forkant av intervjuene spent på hvor seriøst informantene ville vurdere mitt forskningsarbeid. Spesielt med tanke på alderen min, og at jeg var en lokal bekjent for samtlige deltakere i studien. Jeg var en ”insider” som skulle forske på ”mine egne”. Fra min forskningsposisjon var det derfor en målsetting gjennom innsamlingen å fremtre systematisk og rasjonelt, samt å være kritisk til egne resultater, der jeg skilte mellom rollen som forsker og privatperson fra lokalsamfunnet. Det dreier seg om små forhold og nærhet, der det å kjenne til informantene kan gjøre det krevende å inneha en profesjonell forskerrolle. Dette kan også prege hvilke perspektiver som velges fra en subjektiv forskningsposisjon og hvilke aktører som ansees som relevante. Et viktig moment i en forskningsprosess er derfor forskerens selvrefleksivitet, der Kim England (1994) definerer begrepet som “en prosess av konstant, selvbevisst granskning av seg selv som forsker og forskningsprosessen” (referert av Dowling, 2000, s. 28). Gjennom kritisk selvrefleksivitet analyserer man sin egen situasjon, der Dowling

(2000) poengterer at en forskningsdagbok som beskriver tanker og ideer om prosessen og forskerrollen, kan være et nyttig hjelpemiddel. I mitt tilfelle benyttet jeg en feltdagbok for å ha oversikt over intervjuene, der jeg noterte litt om hvordan det gikk med intervjuene, samt sted, dato og lengde på intervjuet.

Uvalg

Det fjerde punktet til Clifford og Valentine (2003a) knyttes til feltarbeid i praksis og begrensninger ved studiet, som for eksempel hvem som skal inkluderes, hvor feltarbeidet skal finne sted og tidsramme. Her er det to betegnelser som står sentralt med tanke på hvem som skal inkluderes i studien. Den første betegnelsen er ”teoretisk metning” som innebærer at man har oppnådd nok informasjon fra en informant og derfor søker andre synspunkter (Crang & Cook, 2007, s. 14-15). Når det gjaldt aktuelle informanter i mitt forskningsområde, tenkte jeg på sentrale aktører fra ulike kategorier. Eksempelvis var lokalt næringsliv, reiseliv, lokal nasjonalparkforvaltning, grunneiere og landbruk et dekkende omfang av representanter for mitt forskningstema. På den andre siden ble det litt vanskelig å plassere informantene, der det viste seg at enkelte aktører overlappet flere ”roller”. Eksempelvis har enkelte informanter politiske verv eller andre involverte engasjementer, i tillegg til den aktørkategorien som de opprinnelig ble plassert i. Jeg har likevel valgt å legge mest vekt på hovedområdene som informantene representerer. Et andre begrep, ”teoretisk tilstrekkelighet”, betyr at man leter etter andre lignende situasjoner i annen forskning, gjennom søken etter flere perspektiver (Crang & Cook, 2007, s. 14-15). Underveis i feltarbeidet mitt forekom det noen endringer i listen over aktuelle informanter, der enkelte ble strøket som følge av teoretisk metning og overlapping, mens andre ekstrakandidater ble kontaktet mot slutten av innsamlingen. Her vurderte jeg om datainnsamlingen var preget av teoretisk metning eller krevde mer informasjon. For eksempel hadde jeg i utgangspunktet flere informanter fra Lom kommune på intervjulisten innen tema lokal nasjonalparkforvaltning og næringsliv, men besluttet å konsentrere meg om aktører fra Skjåk kommune, da intervjuene derfra ga tilstrekkelig informasjon.

Etikk

Det femte punktet til Clifford og Valentine (2003a) omhandler etiske utfordringer rundt deltakelse, konfidensialitet og sikkerhet. Etiske prinsipper står sentralt gjennom hele forskningsprosessen med tanke på personvern og informert samtykke om hva forskningen innebærer og ærlighet om formål og intensjoner til de involverte. Et annet viktig moment går

ut på at forskeren må unngå å sette informantene eller seg selv i fare. Spesielt krav om konfidensialitet og det å sikre anonymisering er sentralt (Thagaard, 2003, s. 22-27). Ethiske utfordringer gjør seg, som tidligere nevnt, gjeldende gjennom mitt feltarbeid med tanke på at studien er gjennomført i små, lokale forhold. Når det gjelder presentasjonen av resultatene, var det viktig å anonymisere informasjonen fra datainnsamlingen. Under intervjuene ble informantene spurt om hva de mente om bruk av sitater, der de ga tillatelse til dette. Jeg presiserte at jeg kom til å ta kontakt i ettertid dersom noe var uklart. Som følge av at studien er temasentrert, var det ikke hensiktsmessig å navngi informantene. Det var mer interessant å kategorisere i ulike fagområder, for å se om det var store kontraster mellom ulike interesser. Likevel var dette utfordrende, der personer lettere kan gjenkjennes i små samfunn.

Presentasjon av resultater

Det siste punktet til Clifford og Valentine (2003a) går ut på hvordan resultatene presenteres, noe som vil preges av forskerens motivasjon til å utføre forskningen. Jeg har valgt å dele inn empirien i ulike temaer. Her starter jeg med å ta for meg verneprosessen sett fra informantenes ståsted. Videre går jeg inn på ulike lokale prosjekter og satsinger tilknyttet nasjonalparkstatusen, mens den siste delen består av ulike synspunkter på bruk og vern sett fra ulike hold. Den siste delen kategoriseres i temaer basert på reiselivsinteresser, verdiskaping, næringsutvikling og ulike utfordringer som blir vektlagt hos informantene. Jeg mener en slik tematisk inndeling besvarer problemstillingene, og dette er i tillegg sentrale tema som kommer frem i det samlede intervjumaterialet.

4.2 Vurderinger av feltarbeidet

4.2.1 Intervju som metode

Intervjuer kjennetegnes av en forståelse for kontekst og historier til ulike mennesker, der både sosiale, kulturelle, politiske og økonomiske relasjoner er relevant (Crang & Cook, 2007, s. 60). Jeg valgte å basere min studie på semi-strukturerte intervjuer, noe som betydde at jeg hadde mulighet til å supplere med oppfølgingsspørsmål til intervjuguidene, dersom enkelte temaer krevde mer informasjon. I tillegg til å benytte intervjuer som metode, har jeg også brukt sekundærdata (for nærmere informasjon, se egen oversikt under litteraturlisten: ”lokalt/regionalt bakgrunnsstoff”) i form av forvaltningsplaner for nasjonalparkene og kommunale planleggingsdokumenter. Videre har jeg anvendt ulike prosjektbeskrivelser, som utgjør utfyllende bakgrunnsinformasjon til intervjuene. Dette var hensiktsmessig med tanke på

hvilke spørsmål som var sentrale til ulike informanter, spesielt i forhold til ulike målsettinger som var formulert i prosjekter og satsinger. Forskningen tar slik sett utgangspunkt i bestemte satsingsområder i studieområdet, og det kan derfor være informasjon og synspunkter om andre nærliggende tema, men med relevans fra mitt tema som ikke har kommet frem.

I løpet av våren 2011 satte jeg opp en liste over aktuelle informanter fra ulike hold. Jeg utarbeidet intervjuguider (se vedlegg 1 for utdrag), der enkelte spørsmål ble stilt til alle informantene, mens andre var rettet spesifikt mot noen aktører. Hver intervjuguide bestod av 12-16 spørsmål. Informantene ble stilt spørsmål om sine fagområder og bruken av nasjonalparkene, synspunkter angående forvaltningen, samt hvilke utfordringer og muligheter de la vekt på når det gjelder forholdet bruk og vern. En viktig målsetting var å stille spørsmål slik at jeg hadde mulighet til å belyse ulike verdiorienteringer og bruksinteresser som kunne knyttes opp mot det teoretiske rammeverket og andre studier på samme fagområdet.

Feltarbeidet fant sted over flere perioder. Først i juni og august, og senere i oktober og november, med totalt 11 informanter. Intervjuene hadde en varighet på mellom 20 og 90 minutter. Deltakerne ble kontaktet i forkant på e-post, og alle ga positiv tilbakemelding om å la seg intervju. Ni av intervjuene var enkeltintervjuer, mens ett var et gruppeintervju med to informanter. De fleste av intervjuene foregikk på arbeidsplassene til informantene, mens andre fant sted på kafé eller hjemme hos informantene. Ved starten av intervjuene ble de spurt om hva de mente om at intervjuene ble tatt opp på lydopptaker på mobilen, noe alle samtykket til. Dette gjorde at det var lettere for meg å få med alle detaljer, i tillegg tok jeg notater under selve intervjuene. Det ble også presisert at ingen andre enn meg kom til å få tilgang til opptakene. Intervjuene ble transkribert samme dag som de ble utført, mens opplysningene fremdeles lå friskt i minnet. Det viste seg at juli var et vanskelig tidspunkt å avtale intervju, så derfor var det mest aktuelt å benytte høsten. Intervjuer strekt over tid gjorde det mulig å følge opp prosjektutviklinger og oppdateringer i ettertid, der nye spørsmål kunne dukke opp underveis i prosessen. Samtidig fikk jeg satt meg godt inn i teoretiske innfallsvinkler og tidligere funn fra andre studier i perioden. Underveis i feltarbeidet deltok jeg også på to konferanser som jeg vurderte som relevant for min studie. Den første fant sted i Lom kommune i mai og omhandlet fjellregionene i Sør-Norge, med vekt på næringsutvikling, reiseliv og innføringen av regionale villreinplaner. Den andre konferansen foregikk på Hell i Stjørdal kommune i november, hvor ulike satsinger tilknyttet ulike nasjonalparkkommuner og prosjektet "Naturarven som verdiskaper" ble presentert.

4.2.2 utfordringer

Crang og Cook (2007, s. 61) har drøftet ulike utfordringer som kan oppstå når et intervju skal gjennomføres. En av utfordringene går ut på vurdering om hvor mange intervjuer som er aktuelt med samme person. Det kreves også god planlegging med tanke på hvilke spørsmål som bør stilles for å oppnå interessant informasjon, uten at det blir pinlig eller uakseptabelt for forskeren eller informantene. Med tanke på mitt feltarbeid, ble god feltforberedelse og det å skulle sette seg inn i lokal bakgrunnsinformasjon viktig med tanke på utformingen av intervjuguiden. Her var det viktig å stille de riktige spørsmålene og begrense omfanget ved utformingen av intervjuguider, samt å unngå upassende spørsmål eller temaer som ikke kan besvares, for eksempel på grunn av manglende informasjon. På den andre siden ville derimot valg av område være positivt i mitt tilfelle i forhold til forkunnskap, både når det gjaldt studieområdet og hvem det vil være relevant å kontakte av aktuelle informanter, der det kan være lettere å oppnå tilgang som en "insider" i lokalsamfunnet. Videre kan det som nevnt i innledningskapittelet, være mer motiverende å fokusere på et område som jeg selv føler tilknytning til, i motsetning til et fremmed sted. Angående etiske vurderinger, gjelder det å tenke over områder hos informanten som man som forsker ikke har noe med (Crang & Cook, 2007, s. 61). Når det gjelder min studie, ble ikke dette noe problem, ettersom informantene ikke ble intervjuet som privatpersoner, men som representanter i en offentlig jobb-sammenheng.

For å lykkes med et intervju, peker Thagaard (2003, s. 98) på at det er essensielt å oppnå tillit og troverdighet mellom forskeren og informanten, der det er viktig å klargjøre formålet med intervjuet og fortelle informantene om hvorfor deres deltakelse er av betydning. Når det gjaldt mine informanter, hadde de fått presentert formål og problemstilling på e-post i forkant av intervjuene, og dette ble også gjort ved starten av hvert intervju. I utgangspunktet var planen å gjennomføre ett intervju med hver enkelt informant, men informantene stilte seg positive til at jeg kunne ta kontakt senere dersom det var mer jeg lurte på. Spesielt med tanke på prosjektutviklinger var det viktig å holde seg oppdatert. Her var det derfor kontakt over e-post i etterkant av intervjuene, i tillegg til at jeg holdt meg oppdatert på statusrapporter og avisoppslag.

I ettertid av gjennomføringen, vil jeg si at mine intervjuer bar preg av en avslappet stemning. Noe som bidro til dette var at også andre samtaleemner ble brakt på banen og at det ble servert kaffe. Informantene viste seg å være positivt innstilte til å la seg intervju, og virket

engasjerte og bidro med konstruktiv informasjon. Metodevalg og gjennomføringen bar ikke preg av vanskeligheter av noe slag. Det som derimot var mer utfordrende var å kategorisere informantene i ettertid, da det ikke var de store kontrastene mellom ulike aktørgrupper. Etter litt prøving og feiling viste likevel en kategorisering basert på tema seg å fungere bedre, i stedet for en som tok for seg ulike informantgrupper i kategorier.

4.3 Analyse av data

Gjennom bearbeiding av datamaterialet kan man skille mellom to typer analytiske tilnærminger, der den første innebærer fokus på hvordan informantene uttrykker seg, mens den andre omfatter fokus på selve innholdet i teksten (Thagaard, 2003, s. 110). Ut fra min vurdering ble det mest aktuelt å benytte en kombinasjon, der den første tilnærmingen som er basert på hvordan informantene uttrykte seg, ble koblet til verdiorienteringer og subjektive preferanser, mens den siste ble benyttet gjennom informasjon om samfunnsutviklingen i området. Angående koding, kan man ifølge Thagaard (2003, s. 136) også skille mellom såkalte deskriptive og teoretiske koder, der de deskriptive omfatter inndelingen av materialets innhold i kategorier, mens betegnelsen teoretiske koder blir benyttet en utvidelse av teksten, der man trekker inn faglige begreper (Thagaard, 2003, s. 136). Når jeg analyserte mine data, benyttet jeg deskriptive koder der jeg kategoriserte resultatene inn i temaer, mens de teoretiske kodene ble relatert til det teoretiske rammeverket og tidligere undersøkelser på samme området.

4.3.1 Temasentrert tilnærming og koding

Når det gjelder koblinger mellom teori og data, forbindes kvalitative metoder ifølge Thagaard (2003, s. 169) hovedsakelig med induktive tilnærminger, der teori utvikles med utgangspunkt i analysen av datamaterialet, men kan også preges av deduktive tilnærminger, der man tar for seg tidligere hypoteser og foretar en videreutvikling av disse. Forskningen kan også involvere begge tilnærmingene. Fra mitt ståsted var det mest hensiktsmessig å benytte en induktiv tilnærming, med utgangspunkt i informantenes erfaringer med nasjonalparkområdene. Videre ble det hovedsakelig holdt fokus på en temasentrert tilnærming, der informantene, som allerede nevnt, ble intervjuet i en offentlig sammenheng, relatert til ulike satsinger og prosjekter, i stedet for en personsentrert. Målet med en slik tilnærming blir å gå i dybden på temaer, gjennom en sammenligning fra ulike informanter, der teksten sorteres i ulike

kategorier. Retningen har derimot møtt kritikk for at den ikke inkluderer helheten, i motsetning til en personsentrert tilnærming. Kritikerne mener at tekstdelene blir tatt ut fra sin sammenheng. Utfordringen ble derfor å oppnå utfyllende informasjon fra de involverte informantene. Thagaard (2003, s. 153-155) anbefaler også en kombinasjon av temasentrerte og personsentrerte tilnærminger.

Som det påpekes av Crang og Cook (2007, s. 133), er det viktig å være oppmerksom på at selve forskningsprosessen, skrivingen og analysen ikke kan atskilles, og at bearbeidingen av materialet innebærer en oppkutting og en re-kontekstualisering av datamaterialet. Etter at intervjuene var gjennomført, satte jeg i gang med bearbeidingen av resultatene. I forkant av analysen hadde jeg sortert ut sentrale punkter hos de ulike informantene i stikkord, kategorisert i ”utfordringer og muligheter” angående nasjonalparksatsinger. Resultatene ble inndelt i én del der ulike satsinger og prosjekter ble introdusert, mens den siste delen fokuserer på ulike oppfatninger av bruk og vern fra ulike hold. Lydopptakene kom også til nytte i denne fasen, for å få med det mest vesentlige, særlig ved direkte bruk av sitater.

Koding innebærer å reflektere over hva materialet handler om, og kan knyttes til å formulere begreper som er relevante for de temaene teksten gir informasjon om. Kodeprosessen er en interaksjon mellom forskerens forforståelse og tendenser i datamaterialet. (Thagaard, 2003, s. 134)

Med dette kan det sies at forskerens forventninger og forkunnskaper kan virke inn på forskningsprosessen. Min posisjon som en ”insider” gjorde at noe av informasjonen var kjent fra før, men likevel oppdaget jeg at mye var nytt, og dette ble en lærerik opplevelse i egen kultur. Det var også viktig å tenke på at resultatene skulle gi eksterne et blikk over samfunnsutviklingen i området, og at jeg som forsker ikke måtte presentere resultatene rettet mot et ”for internt, lokalt nivå”.

4.3.2 Utfordringer ved analysen

En utfordring som man som forsker bør ta i betraktning når man bearbeider det innsamlede datamaterialet, er å kunne være fleksibel, med tanke på at man ikke nødvendigvis ender opp med det resultatet som var ønsket i utgangspunktet. Flexibiliteten må også åpne for at fremgangsmåter kan endres underveis (Thagaard, 2003, s. 46-47). I mitt tilfelle hadde jeg i

utgangspunktet tenkt å fokusere på eventuelle konflikter mellom ulike bruksinteresser, men ettersom det viste seg at det ikke eksisterer store debatter i studieområdet, valgte jeg å rette mer fokus mot ulike bruksinteresser og perspektiver på verdiskaping tilknyttet nasjonalparkene. Etter innsamlingen kan man også se om perspektiver og meninger har endret seg gjennom forskningen (Dowling, 2000). For å sitere Crang og Cook (2007, s. 30): "When research changes as you do it, yesterday's honesty can often become tomorrow's apparent lies". Som følge av dette er derfor fleksibilitet et sentralt poeng. Når det gjelder kontrollering, bør man som forsker reflektere over troverdighet, med tanke på påliteligheten til de data som produseres, der det skilles mellom mottatte opplysninger og egne vurderinger, samt bekreftbarhet i forhold til kvaliteten og overførbarhet, som går ut på om samme data kan benyttes flere ganger i andre tilfeller (Thagaard, 2003, s. 170).

4.4 Kapitteloppsummering

I metodekapittelet har jeg drøftet metodevalget ved mitt feltarbeid. Først har jeg tatt for meg karakteristiske trekk ved kvalitative studier og humanistisk forskning og hvorfor dette er aktuelt i min studie for å få svar på problemstillingene. Videre ble forskningsdesignet beskrevet, der jeg gikk inn på seks viktige punkter for å lykkes med feltarbeidet. Det første man bør tenke på er god planlegging når det gjelder spørsmålsformulering, videre bør man som forsker reflektere over hva som er riktig metodebruk. Det tredje punktet går ut på hvordan man skal lykkes med datainnsamlingen, der måten man fremtrer på som forsker blir viktig. I punkt fire blir det sagt at bør man tenke over hva som er riktig utvalg av informanter, mens det femte punktet dreier seg om etiske aspekter angående deltakelse, konfidensialitet og sikkerhet. Det siste punktet i forskningsdesignet går ut på hvordan man skal presentere resultatene. Senere i kapittelet har jeg reflektert rundt feltarbeidet og mine valg, der jeg har gått nærmere inn på hva som var utfordrende som forsker i et nærmiljø. Her ble såkalt "selvrefleksivitet" viktig med tanke på hvordan jeg gikk frem som forsker i et samfunn der jeg kunne bli oppfattet som en "insider" blant informantene, og derfor måtte skille mellom rollen som privatperson og forsker. Til slutt har jeg beskrevet hvordan det gikk med analysen og kodingen av datamaterialet, der jeg valgte å benytte en temasentrert tilnærming i stedet for en personsentrert.

5 PRESENTASJON AV RESULTATER

I dette kapitlet har jeg valgt å starte med å introdusere verneprosessene sett fra informantenes ståsted, for så å gå inn på ulike lokale prosjekter og satsinger i studieområdet. Dette for å kunne svare på den første underproblemstillingen, om hvordan verdiskaping blir definert eller anvendt i ulike prosjekt og satsinger tilknyttet verneområdene i Skjåk kommune. Senere i kapitlet vil jeg presentere reiselivsorganiseringen i området, der Jotunheimen reiseliv utgjør den regionale reiselivsorganisasjonen. Videre blir reiselivsvirksomhetene Sota Sæter og Grotli Høyfjellshotell presentert, som innfallsporter til nasjonalparkene i Skjåk, samt reiselivsbedriften Lom & Skjåk Adventure. Den sistnevnte baserer seg på naturbaserte aktiviteter, hovedsakelig i dalføret og randsonene. Disse første delene av resultatkapitlet bygger på intervjuene, og på skriftlig dokumentasjon fra prosjektbeskrivelser, kommunale rapporter og forvaltningsdokumenter.

Videre i kapitlet vil jeg presentere resultater som adresserer min andre problemstilling – om sentrale aktørers oppfatninger av verdiskaping sett i forhold til bruks- og verneinteresser. Her baserer jeg meg i all hovedsak på intervjuene som materiale. Jeg går inn på hvilke synspunkter informantene har rundt forholdet bruk og vern, der jeg tar for meg informantenes perspektiver på muligheter og utfordringer i forbindelse med nasjonalparkene. Denne delen kategoriseres inn i fire undertemaer, der jeg først presenterer lokale reiselivsinteresser og hvilke besøkende målgrupper som er ønskelig med tanke på økonomisk verdiskaping. Det andre temaet går inn på verdiskaping og næringsutvikling tilknyttet verneområdene, der informantenes syn på mulige satsinger og tiltak kommer frem. I denne forbindelsen er det interessant å se om det er store forskjeller eller sammenfallende interesser mellom ulike hold, noe jeg senere i diskusjonskapitlet vil relatere til ulike natursyn og verdiorienteringer. Jeg kommer også inn på lokalsamfunnets betydning i reiselivssammenheng, og hvorvidt informantene ønsker å definere Skjåk kommune som et område som er preget av geoturisme. Det tredje temaet omfatter merkevarebygging og synliggjøring i forbindelse med nasjonalparkstatusen, både relatert til naturen og parkene som merkevarer og til kulturelle verdier i området. Det siste temaet går inn på hvilke utfordringer som ble påpekt hos informantene, både når det gjelder vernereglementet, forvaltningsorganisering og tilrettelegging og bruk av nasjonalparkene, med fokus på muligheter og begrensninger i randsonene.

5.1 Nasjonalparkforvaltning i Breheimen og Reinheimen

5.1.1 Verneprosessene og forvaltningsorganisering sett fra informantenes ståsted

I et av intervjuene ble vernehistorikken og veien fra oppstartmøtene til verneområdene trådte i kraft beskrevet, der Stortingsmelding nr. 62 (1991-1992) *Ny landsplan for nasjonalparker*, en oppfølging fra NOU 86, nr. 13, var grunnlaget for oppstarten av vernearbeidet. Når det gjelder Reinheimen nasjonalpark, fant prosessen sted i ”rykk og napp”, og hvor det som beskrives som kampen for å få lokal forvaltning på kommunalt nivå startet ved at Kontaktutvalget for Reinheimen (KUR) ble oppnevnt i 1990. Den formelle oppstarten av vernearbeidet kom i 1997, da det ble utredet plangrenser for vurdering av vern, samt at det ble oppnevnt referansegrupper i hver kommune som følger vernet. Det ble følgende utarbeidet brukerrapporter lokalt, med presentasjon av verneområder og konsekvensutredninger av vern (KU)¹. Reinheimen var ifølge informanten det første verneområdet som ble utnevnt etter at bestemmelsen om konsekvensutredninger kom inn i Plan- og bygningsloven, noe som ga erfaring med tanke på Breheimen nasjonalpark i ettertid, der man kunne dra nytte av tidligere rapporter. Da arbeidet med konsekvensutredninger for Reinheimen ble satt i gang, var lokal identitet et område det ble lagt vekt på, med tanke på sosiologiske forhold og lokalbefolkningens identifisering med og tilknytning til fjell og utmark. For Breheimen sin del, kom oppstartmøtet i 2005, med fastsetting av plangrenser. I et intervju ble det påpekt at forskjellen fra Reinheimen var at her forekom det ingen lokale brukerrapporter, men i stedet fagrapporter gjort av eksterne fageksperter, med dokumentasjon av verneverdier innenfor plangrensene.

Når det gjelder forvaltningen, har Reinheimen en delegert forvaltning til kommunene, der KUR utgjør bakteppet for forvaltningen med sekretærer på heltid for faglig administrativt utvalg, videre er seks saksbehandlere i kommunene involvert i forvaltningen av Reinheimen, i tillegg til SNO-personell. Breheimen på sin side har en lokal forvaltningsmodell med et interkommunalt nasjonalparkstyre, bestående av ordførerne fra Lom, Luster og Skjåk, en representant fra hver av fylkeskommunene, pluss en representant fra Skjåk Almenning på grunn av stort areal i verneområdene. Det sitter en nasjonalparkforvalter i Luster og en i Skjåk kommune. Den dominerende grunneieren i Skjåk kommune, Skjåk Almenning, har vært sentrale i verneprosessen fra første stund, og ble tidlig med i organisasjonen som senere ble

¹ Når det gjelder konsekvensutredninger av vern, ble det ifølge Miljøverndepartementet (2006c) innført miljøutredninger etter utredningsinstruksen fra 18. februar 2000, som senere ble revidert ved kongelig resolusjon 24. juni 2005. Ny forskrift om konsekvensutredninger ble innført gjennom Plan- og bygningsloven

kalt KUR. Som følge av at Breheimen nasjonalpark berøres av store arealer i Skjåk kommune, begrunner en representant fra Skjåk Almenning at det er naturlig at de står sentralt.

5.2 Lokale satsinger og prosjekter tilknyttet nasjonalparkstatusen

5.2.1 Skjåk-prosjektet

I forbindelse med den nye vernestatusen, kan en av informantene fortelle at Skjåk-prosjektet i utgangspunktet var ment som et tiltak, i regi av kommunen, for å se hva man kan få til av positiv utvikling i bygda. Prosjektet bygger på en randsonetankegang, der nasjonalparkene benyttes indirekte gjennom en strategi som fokuserer på vern som bygdeutvikling. Her fremstår nasjonalparkene som profil. Målsettingen er ifølge Skjåk kommune (2011c) at nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen skal bidra til økonomisk, kulturell og sosial verdiskaping i kommunen. På spørsmålet om hvilke ringvirkninger Breheimen og Reinheimen har for Skjåk kommune, som deler av "Nasjonalparkriket", sier prosjektlederen at man har blitt inspirert av tankegangen, men mer som en regional pioner. der Skjåk-prosjektet har hatt lite direkte kontakt med "Nasjonalparkriket" ellers.

Tiltaksområder

I intervju med prosjektlederen blir det fortalt at prosjektet opprinnelig skulle ha en varighet på tre år og med avslutning i februar 2011, men i etterkant ble det vedtatt en forlengelse med 10 måneder, ut året 2011. Ifølge en statusrapport fra Skjåk-prosjektet (2010), var prosjektet opprinnelig opptatt av fem tiltaksområder. Disse omfattet informasjon, stimerking, fiskeprosjekt, seminarvirksomhet og formidling, samt revisjon av kommuneplan for Skjåk. Disse tiltaksområdene har det blitt arbeidet med på ulike måter. Gjennom 2010 var en av satsingene under tiltaksområdet "informasjon" å utvikle hjemmesiden www.iskjåk.no og brosjyren "På tur i Skjåk", som presenterer 32 stier som er merket etter den regionale malen til "Nasjonalparkriket". Denne brosjyren ble delt ut til alle husstander i kommunen, samt til eiere av hytter og fritidsboliger, i tillegg til ulike servicebedrifter. Ellers ble informasjons-tiltakene profilert gjennom en T-skjorte som ble delt ut blant de ansatte i Skjåk kommune (Skjåk-prosjektet, 2010). I ettertid har tiltaket med hjemmesiden "iSkjåk" blitt videreført gjennom delprosjektet "Identitet og omdømme". Her fremstår nettstedet som en viktig kanal, både som en turguide for lokalbefolkningen og tilreisende. Når det kommer til fremtidsrettede tiltak, er det også satt i gang planlegging av nasjonalparkinformasjon i butikk hos Coop

Ottadalen på Dønfoss, der Norsk Fjellmuseum står for ansvaret (vil omtales senere i kapitlet).

Tiltaksområdet ”stimerking” har det blitt arbeidet med i form av et samarbeid mellom Skjåk-prosjektet og Skjåk IL, igangsatt fra 2009. Et annet satsingsområde omfatter et fiskeprosjekt og fremming av en handlingsplan for fiske, i et samarbeid med NINA, avdeling Lillehammer (Skjåk-prosjektet, 2010). I et av intervjuene blir det sagt at fiskeprosjektet er et tiltak forbundet med fiske i nasjonalpark, og hvor nasjonalparkene benyttes som et trekkplaster for å få fiskevann og elver til å fremstå som mer attraktive. Fra juni 2010 ble prosjektet videreført av Skjåk Almenning, med en egen prosjektleder. Styringsgruppen består ifølge Skjåk kommune (2011d) av Skjåk Almenning, Skjåk utmarksråd og Skjåk jeger- og fiskarlag. Vinteren 2010 ble det også arrangert en workshop om kultivering, forvaltning og fisketurisme, der tall fra statusrapporten til Skjåk-prosjektet fra 2010 viser til 30 deltakere på arrangementet.

Det neste tiltaksområdet omfatter seminarvirksomhet og formidling, som har blitt konkretisert gjennom et seminar med over 50 deltakere på Sota Sæter i august 2010. Dette seminaret ble kalt ”Landskap og filosofi”, og Høgskolen i Lillehammer var involvert i arrangementet. Det siste tiltaksområdet i Skjåk-prosjektet, slik det ble definert ved prosjektoppstart i 2008, var en revisjon av kommuneplanen. Dette har det blitt tatt tak i, og i en nyere oversikt fra Skjåk kommune (2011d), ”Utvikling i Skjåk kommune 2010-2011”, er ”Skjåk-prosjektet” ett av fire delprosjekter som det skal arbeides videre med fremover. De andre tre er ”Næringsprosjektet”, ”Identitets- og omdømmeprosjektet” og ”Kommuneadministrasjonen”. Delprosjektgruppen til Skjåk-prosjektet utgjør et samarbeid mellom kommunen, lokalt reiseliv, Høgskolen i Lillehammer, Skjåk Almenning og Oppland Fylkeskommune (Skjåk kommune, 2011a, d).

Utviklingen av prosjektet

Når det gjelder strategier etter at Skjåk-prosjektet inngikk i kommuneplanrevisjonen, så ble det satt fokus på tre satsingsområder. Ifølge delprosjektplanen fra Skjåk kommune (2011d, s. 3), er den første målsettingen rettet mot arbeidsplasser som er knyttet direkte til bruk og vern av utmark i Skjåk kommune, med et mål om minst 30 arbeidsplasser innen 2015 og 50 innen 2020. På tidspunktet intervjuet med prosjektleder fant sted (juni 2011), var ca 30 årsverk tilknyttet bruk og vern av utmark i Skjåk kommune, dermed var man på det tidspunktet ikke

er langt unna 2015-målet. Dette inkluderer både tradisjonell og moderne bruk, der de fleste årsverkene relateres til deltidsbaserte sesongaktiviteter om sommeren og tidlig om høsten, i forbindelse med naturbaserte reiselivsvirksomheter. Angående heltidsarbeidsplasser utgjør skogdrift og forvaltning hovedandelen. I ettertid er det gitt ut en sluttrapport fra Skjåk-prosjektet (2012), der det kommer frem at Skjåk Almenning blir den sentrale drivkraften når det gjelder muligheter for arbeidsplasser direkte tilknyttet bruk og vern av utmark. Det andre målet for Skjåk fremover relateres til økt hyttesatsing i kommunen, der siktemålet er minst 800 hytter og fritidsboliger innen 2015, som senere skal øke til 1 000 innen 2020. Det er også satt et mål om at kommunen skal ha 400 stasjonære campingvogner innen 2015, og 600 innen 2020 (Skjåk kommune, 2011d). Tall fra et møte i Formannskapet som fant sted i november 2011, viser til at det på daværende tidspunkt var ca 730 hytter og 230 regulerte hyttetomter i kommunen (Skjåk kommune, 2011e). Det tredje satsingsområdet i Skjåk-prosjektet består av etablering av en komplett infrastruktur for bærekraftig opplevelse og bruk av randsonene til verneområdene i Breheimen og Reinheimen ved utgangen av 2015, med fokus på ni underpunkter (Skjåk kommune, 2011d, s. 3):

- a) Skjåk skal ha minst 200 km med godt merkede turstier med lett tilgang.
- b) Pilegrimsleden mellom Dovre og Selje skal være merket gjennom hele Skjåk kommune.
- c) Skjåk skal ha minst 100 km med veier/stier merket og lagt til rette for sykkelaktiviteter.
- d) Skjåk skal ha minst 50 km med oppkjørte skiløyper.
- e) Skjåk skal ha minst 10 tilrettelagte fiskeplasser. Minst 5 av disse skal ha gapahuker med opparbeidet bål plass.

Ved utgangen av 2020 skal i tillegg:

- f) Et alpinanlegg med tre heiser være ferdig utbygd på Grotli.
- g) Tallet på km preparerte skiløyper være doblet til 100 km.
- h) Tallet på tilrettelagte fiskeplasser og gapahuker være doblet til 20 og 10.
- i) Sykkelveg Vollungsbru- Lom sentrum etter Riksveg 15 være ferdig utbygd.

Når det gjelder denne målsettingen om en komplett infrastruktur, kan prosjektlederen fortelle at turstiene er bra utviklet, og de merkede stiene vil utgjøre ca 15 mil i løpet av året (tall fra juni 2011). Sykkelløypene blir koblet til ”Nasjonalparkkrikket”, og i 2011 forekom det en prøveordning med sykkelutleie mellom Sota og Pollfoss. Målet fremover blir ifølge informanten å øke innsatsen i forhold til skiløyper, dette forbindes spesielt med hyttesatsingen. Nyere tall fra sluttrapporten til Skjåk-prosjektet (2012) viser at kommunen nå har ca 20 mil med merkede turstier, og mindre resterende merketiltak vil bli gjennomført i 2012.

Resultater fra hytteundersøkelse

I samarbeid med Høgskolen i Lillehammer (HiL), ble det sendt ut en spørreundersøkelse til alle eierne av hytte- og fritidsboliger og campingvogner før påsken 2011, der det ble fokusert på preferanser og hva som kunne bidra til å øke attraktiviteten til Skjåk som hyttekommune. (Skjåk kommune, 2011e). Det kom frem i et foreløpig utkast at svarprosenten blant de spurte var på ca 50 %. I rapporten blir det uttalt at en satsing på fritidshus som bygdeutvikling kan bidra til økt kjøpekraft utenfra, tilført kompetanse, arbeidskraft/kapital og rekruttering av folk til Skjåk kommune (Teigen & Holmengen, 2012).

Med tanke på nasjonalparkenes betydning for eierne av hytter og fritidsboliger, peker undersøkelsen på at de fleste har blitt eiere av fritidshusene før nasjonalparkene ble opprettet. Det blir derfor foreslått at dersom Skjåk kommune velger å satse på en nasjonalparkstrategi, bør man undersøke attraksjonskraften til nasjonalparkene for nye kjøpere. Resultatene viser at 43,8 % av de som har svart på undersøkelsen anser nærhet til nasjonalparker og andre verneområder som viktig. Blant disse utgjør folk fra Oslo-området den største gruppen, der 60 % av hytte- og fritidsboligeierne fra dette området betrakter nasjonalparklokaliseringen som viktig. På den andre siden hevder 76,3 % av de lokale hytteeierne at nærhet til nasjonalparker er mindre viktig. I rapporten kommer det også frem at de som betegnes som ”nasjonalparkkjerne” har høyere forbruk i området enn de andre gruppene, der tallene viser at nasjonalparkstatusen er viktigere for husholdninger som tjener mer enn en million i året, sammenlignet med de som har lavere inntekt. Det er også foretatt en korrelasjon mellom nasjonalparker og utdanning, der resultatene peker på at de som anser nasjonalparklokaliseringen som viktig, har høyere utdanningsnivå. De med lavere utdanningsnivå i undersøkelsen viser mindre interesse for nasjonalparkene. Et annet område som ble undersøkt, er betydningen av jakt og fiske, der man kan spore en korrelasjon mellom

”nasjonalparkelskere” og en stor interesse for jakt og fiske. På den andre siden ser man at campingfolk har minst interesse i nasjonalparkene, og disse er ikke så opptatte av jakt og fiske (Teigen & Holmengen, 2012).

5.2.2 Fiske i nasjonalpark: Fiskeprosjektet ”Fjellfiske for alle” 2010-2013

Som en oppfølging av en nasjonal handlingsplan for innlandsfiske, har prosjektet ”Fjellfiske for alle” (2010-2013), i regi av Skjåk Almanning, en målsetting om å sette Skjåk kommune på kartet som en fiskedestinasjon, både for lokalbefolkningen og tilreisende. Den tidligere nevnte hytteundersøkelsen viser at fiske blir ansett for å være en viktig aktivitet for hytte- og fritidsboligeiere i Skjåk kommune, der over 70 % svarer at de driver med fiske (Teigen & Holmengen, 2012). Gjennom et fiskeprosjekt ønsker en å bidra til større naturopplevelser for folk, der nasjonalparkene, ifølge et innlegg fra prosjektleder på den årlige høstkonferansen for Reinheimen nasjonalpark på Bjorli i september 2011, blir benyttet som kulisser for aktiviteter i det som betegnes som ”Fjellfiskeriket” (Bilstad, 2011). Det kom frem i prosjekt-presentasjonen at det er viktig med en målrettet forvaltning, tilrettelegging, produktutvikling, samt markedsføring og samarbeid for å nå målene. Det er satt en konkret målsetting om at de årlige inntektene for Skjåk kommune som er direkte knyttet til fiske og fiskeaktiviteter, skal øke fra 245 000 kr i 2010 til 1 350 000 kr i 2013 (Bilstad, 2011, s. 5).

Prosjektet har både sportsfiskere og familiefiskere som målgrupper, der både høyfjellsområder og dalføret blir benyttet. Når det gjelder fiskeprosjektets aktiviteter i nasjonalparkene, kommer det frem i et intervju at nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen i dag benyttes til fiske, og målet fremover blir å fokusere på forvaltning av fiskeressurser, utsetting av fisk, samt å kunne tilby fiskere et sted å bo gjennom allmenningshytter. På spørsmål om hvorvidt prosjektet baseres på stedsegne kvaliteter og en egen, lokal utviklingsstrategi, legger prosjektleder for fiskeprosjektet i intervjuet vekt på at Skjåk har mulighet til å spille på det særegne. Det blir nevnt at fiske fra 400–1500 m.o.h. er spesielt for området, samt at Skjåk er Norges største nasjonalparkkommune. I forhold til inspirasjon angående fiskesatsinger fra andre steder, nevnes Østerdalen som et eksempel, i forbindelse med nasjonalparkene Forollhogna og Femundsmarka. Fra juni 2011 ble det ifølge Skjåk Almanning (2011) innført en sportsfiskesone ved Pollodden like ved Pollfoss Gjestehus, der målet er å skape et attraktivt område for sportsfiske.

Med tanke på markedsføring, blir det presisert i intervju med prosjektlederen at forvaltnings- og tilretteleggingstiltak må på plass først. På tidspunktet intervjuet fant sted (oktober 2011) ble det arbeidet mest med kartlegging av ressurser. Informanten kan fortelle at neste fase vil omfatte tiltak som for eksempel etablering av gapahuker og bålplasser, der den kommende vinteren skal benyttes til prosjektutvikling og markedsføring av budskapet om å fremme Skjåk som en fiskedestinasjon. Prosjektet har mottatt støtte fra Innovasjon Norge, og har også inngått et samarbeid med Grotli Høyfjellshotell, Lom & Skjåk Adventure og Pollfoss Gjestehus.

Tiltaksområder i 2011

Ifølge sluttrapporten fra Skjåk-prosjektet (2012, s. 4), er følgende tiltak for fiskeprosjektet gjennomført i 2011: det er ferdigstilt rapport etter prøvefiske i 2010, fiskereglene til Skjåk Almenning er revidert, og det har forekommet prøvefiske i Torsvatnet. Det har også blitt gjennomført en rydding av elvestrekninger i samarbeid mellom Lom og Skjåk Lionsklubb. Andre tiltak går ut på innføring av sms-salg av fiskekort, samt salg av fiskekort og nettbooking av hytter tilknyttet almenningen på www.inatur.no. Når det gjelder arrangementer, var fiskeprosjektet i 2011 også en del av et lokalt arrangement kalt aktiv høstferie rettet mot barn og ungdom, samt at fiskeprosjektet var sentralt under Nasjonalparkfestivalen. Sluttrapporten peker på at målsettingen for 2012 blir å planlegge tilretteleggingstiltak for fiske og markedsføringsplan.

5.2.3 Nasjonalparkfestival

I august 2011 ble det arrangert en prøveordning med en Nasjonalparkfestival i Skjåk kommune. Målet med festivalen var å fokusere på statusen som Norges største nasjonalparkkommune, og å vise hvilke muligheter innen natur- og kulturopplevelser som eksisterer i nasjonalparkene og de andre verneområdene. Fiskearrangementer var som nevnt en sentral del av opplegget, eksempelvis ble det organisert fiskekonkurranser, snekketur med notfiske, samt garnfiske og fiskedam for de minste på Breidalsvatnet i forbindelse med festivalen (Bilstad, 2011; Skjåk Arrangement, 2011).

Nasjonalparkfestivalen ble også presentert av Skjåk Almenning på en konferanse for nasjonalparkkommuner på Hell i november 2011, der positive og negative erfaringer ble drøftet. Her ble det sagt at festivalen var ment som et forsøk på å fremme Skjåk som en lystig,

spennende og lærerik destinasjon, med fokus på naturvern og naturbruk, klima, mosjon og kultur. Det som ble sett som en utfordring med arrangementet, var hvordan Skjåk kunne benytte statlig arealvern for å profilere bygda og kommunen på en positiv måte. Som det fremgikk av presentasjonen på konferansen, viser vurderinger at festivalen foregikk over for lang tid (10 dager), samt at arrangementene hadde for stor geografisk spredning og for lite ressurser til markedsføring. Det var også for lite oppmøte, noe som kunne skyldes feil tidspunkt med tanke på skolestart. På den andre siden ser man positive effekter gjennom at det var lett å få økonomisk støtte, og at folk var positive til å delta gjennom lag og organisasjoner i arrangementene. Det ble i konferanseinnlegget konkludert med at prøveordningen gir grunnlag for en årlig nasjonalparkfestival i fremtiden. En arbeider nå med festivalen ut fra et femårsperspektiv, med en oppbyggingsfase på to år (Sperstad, 2011).

5.2.4 Informasjonstiltak tilknyttet nasjonalparkene

Norsk Fjellmuseum er ett av 15 autoriserte nasjonalparksentre i Norge, og sentrenes oppgaver består av å fremstå som den viktigste formidleren av naturinformasjon, bidra til naturopplevelser, samt hjelpe til med service og infrastruktur i forbindelse med naturbaserte aktiviteter (Norsk Fjellmuseum, 2010, s. 3). Nasjonalparksenteret på Fjellmuseet i Lom fikk støtte fra Direktoratet for naturforvaltning til forprosjektet ”Informasjonstiltak for Reinheimen nasjonalpark”, som pågikk fra september 2009 til september 2010. Målsettingen var å planlegge og å utvikle informasjon om Reinheimen nasjonalpark og områdets verneverdier, med vekt på villrein. Videre ble det fokusert på å få frem engasjement hos publikum gjennom utstillinger, formidling og aktiviteter som fant sted både på nasjonalparksenteret og desentraliserte informasjonssteder rundt nasjonalparken. Forprosjektet hadde også som hensikt å styrke samarbeid mellom ulike informasjonsaktører, blant annet mellom Miljøverndepartementet, Direktoratet for naturforvaltning, kommunal nasjonalparkforvaltning, nasjonalparksenteret, SNO og andre aktører. Som resultat av forprosjektet, skulle det settes i gang med planlegging om en pedagogisk utstilling om Reinheimen i nasjonalparksenteret. I tillegg ble det satt i gang med utvikling av konseptet ”Informasjon i butikk” om Breheimen og Reinheimen nasjonalpark ved Coop Bruvoll på Dønfoss i Skjåk (Norsk Fjellmuseum, 2010).

”Nasjonalparkinformasjon i butikk” har i etterkant av forprosjektet blitt et eget delprosjekt. På initiativ fra Skjåk kommune, har det blitt utnevnt en prosjektgruppe bestående av

representanter fra Skjåk kommune, Coop Ottadalen, Norsk Fjellmuseum og Jotunheimen reiseliv AS (ibid.). Tiltaket blir i prosjektbeskrivelsen beskrevet av Norsk Fjellmuseum (2010, s. 17-18) som en kommunikasjonsplattform, med en målsetting om å øke kunnskapen om samspillet mellom mennesker og natur ved å fokusere på holdninger, samt å skape interesse og respekt for nasjonalparkene, der besøket skal inspirere til både sosiale, sanselige og praktiske opplevelser. Å prøve ut ”Informasjon i butikk” akkurat her er valgt strategisk, i forhold til at her ligger Dønness camping, besøksenteret til Øyberget kraftstasjon, samt dagligvarebutikken og elva som er sentrale stoppepunkt både for tilreisende og lokale. Videre utgjør området et knutepunkt for flere merkede turstier (Norsk Fjellmuseum, 2010). Målet med prosjektet ”Informasjon i butikk” er ifølge et intervju med prosjektlederen at man skal kunne *gjøre ting* basert på interaktiv læring, i tillegg til å fremstå som en turistinformasjon. Informasjonsportalen skal bidra som et samlingssted og utgangspunkt for turer. Her blir teknologien utnyttet som en mulighet, basert på ”å lære gjennom å gjøre”. I intervjuet kommer det frem at tanken er å skape et ubetjent og gratis tilbud, med barn og familier som målgrupper. Når det gjelder formidling, kan informanten fortelle at det er inngått et samarbeid med et konsulentfirma i Oslo.

Et annet prosjekt som er tilknyttet nasjonalparksenteret, er det pedagogiske opplegget ”Barske Glæder”, et friluftsbasert opplegg som stadig er i utvikling, og som har resultert i god respons fra 5. klassinger i Ottadalen. Prosjektet er et samarbeid med SNO og Villreinsenteret på Hjerkin, der målet er å formidle det enkle friluftsliv med barn som målgruppe. Her blir det ifølge Norsk Fjellmuseum (2010, s. 20) fokusert på ulike aktiviteter: lære om friluftsliv, historikk tilknyttet områdene, samt økt kunnskap om naturmangfold.

5.3 Reiselivsorganiseringen i området og reiselivsvirksomheter i randsonene

5.3.1 Jotunheimen reiseliv AS

Jotunheimen reiseliv er den ledende reiselivsorganisasjonen i regionen, de befinner seg på Norsk Fjellmuseum i Lom kommune. Det blir fortalt i et intervju at de henvender seg for det meste til 50+-gruppen. Av totalt antall besøkende i området, hevder en informant fra organisasjonen at andelen naturbaserte turister utgjør et estimert besøkstall på 60 %. Besøksmotivene relateres hovedsakelig til fjellturer og vandring, men også opplevelser som for eksempel rafting. En av informantene fra Jotunheimen reiseliv sier at folk spør etter det å *gjøre ting*. De fleste oppsøker Jotunheimen som brukspark i forbindelse med ulike

naturbaserte aktiviteter, mens Breheimen og Reinheimen benyttes mest som turområder. En annen informant fra organisasjonen legger til at trender viser at det er slutt på flerdagers turplanlegging, nasjonalparkene i området benyttes nå for dagsturer fra hytter i randsonene. Når det gjelder markedsføring, blir det sagt at Tyskland og Nederland er utvalgte markedsføringsområder internasjonalt. Mens nordmenn bor fast på hyttene og tar dagsturer, vil utlendinger gjerne se større deler av parken, og tar kortere turer som en del av en rundreise i Norge.

5.3.2 Innfallsporter til nasjonalparkene i Skjåk kommune

Sota Sæter

Sota Sæter er en DNT-hytte like utenfor Breheimen nasjonalpark. Når det gjelder verneområdene sin betydning for virksomheten, kommer det frem i et intervju med en representant fra Sota Sæter at Breheimen nasjonalpark benyttes i forbindelse med tradisjonelt friluftsliv, i form av turgåing på ruter mellom DNT-hyttene i området. Det forekommer også sykling innover mot Mysubytta landskapsvernområde, der brukerne ved bruk av sykkel har mulighet for å gjennomføre lengre turer enn om de hadde måttet gå hele veien. I intervjuet blir det også fortalt at det ofte er tilreisende som besøker og bruker nasjonalparken og fjellområdene, mens lokalbefolkningen heller oppsøker hyttene i området. Angående brukergrupper er det ofte pensjonister og barnefamilier som bor på Sota og går små dagsturer, mens aldersgruppen 40-50 år går lengre turer. Informanten viser også til statistikk over besøkstall, der de i sommersesongen har et gjennomsnittstall på rundt 2 500 besøkende, mens de i vintersesongen har 500-600 besøkende. Året 2009 var det rekord med hele 675 besøkende i løpet av vintersesongen, og 4 193 totalt i sommer- og påskesesongen. Av disse er det mange som bare tar små turer og er på hytta, og de fleste er nordmenn.

Grotli Høyfjellshotell

Den største andelen av de besøkende i området ved Grotli Høyfjellshotell består av ferie- og fritidsbesøkende. Som en representant for hotellet sier, så har de ulike typer besøkende; dagsbesøkende for eksempel i forbindelse med cruisebåter, de har overnattingsgjester, og de har gjester som stopper underveis på en tur mellom øst og vest. Det er flere gjester som er på et lengre opphold ved hotellet om vinteren enn om sommeren. Når det gjelder markedsføring i området tilknyttet parkene, kan informanten fortelle at dette benyttes noe i forbindelse med en

hyttebrosjyre til hyttefeltet i området, Grotli Hyttegrend. Informanten forteller at hyttepublikum som vil bygge eller kjøpe hytte, overveier hvilke fordeler som eksisterer i området. En verdi som de da benytter som et salgsfortrinn i området relatert til nasjonalparkene, er fokuset på at området preges av åpnere natur enn for eksempel på Vestlandet, samt at Grotli har et roligere og mindre stresset miljø enn større vinterdestinasjoner som Kvitfjell, Hafjell og Hemsedal.

5.3.3 Naturbaserte aktiviteter

Lom & Skjåk Adventure er en reiselivsvirksomhet som fokuserer på opplevelser, kvalitet, fleksibilitet og sikkerhet. Gjennom oppleggene legges det vekt på naturbaserte aktiviteter på en miljøbevisst måte, kombinert med lokal kultur og historier. Eksempelvis reklamerer de på hjemmesiden med at de kan tilby en såkalt ”Grønn Adventure Uke”, med vekt på økologiske aspekter, der noen av aktivitetene består av topptur til Tverrådalsskyrkja i Breheimen nasjonalpark, kanotur, rafting og villmarkscamp (Lom & Skjåk Adventure, 2011).

Angående de besøkende hos Lom & Skjåk Adventure, kan en representant fra virksomheten fortelle at det er sammensatte grupper, deriblant familier, skoleklasser og voksne par om sommeren, altså hele spekteret, bortsett fra de eldste. Nordmenn dominerer blant de som bruker Lom & Skjåk Adventure sine tilbud, men også utlendinger er aktive på drop-in, spesielt nederlendere, tyskere og skandinaver. Når det kommer til markedsføringen, kan informanten fortelle at fokuset på ”Nasjonalparkriket” og nasjonalparkkommune-statusen blir viktig, noe som benyttes mer enn selve nasjonalparken. Det presiseres også at stedsnavn brukes hyppig.

På tidspunktet intervjuet fant sted (november 2011) hadde virksomheten mest aktiviteter i randsonene, men også noe i Jotunheimen nasjonalpark og grottene i Breheimen nasjonalpark. Ellers planlegges det en fremtidig utvikling av vinteraktiviteter, som inkluderer ski, truger og skredkurs, ved Grotli-området, i samarbeid med Grotli Høyfjellshotell og Pollfoss Gjestehus, der de startet så vidt med testing av aktiviteter i fjor. Bedriften var også en del av den tidligere nevnte Nasjonalparkfestivalen som ble arrangert i august 2011. Her stod de for innslag i form av forskjellige vannaktiviteter, som rafting, kajakk og juving, der aldersgruppen 8-12 år fikk prøve seg som rafteguider på et såkalt ”knøtteguidekurs”. Blant deltakerne var det mest lokale, men på et arrangement i ekstrempadding ved elva Tora, var det også tilreisende.

5.4 Hvordan oppfattes forhold mellom bruk og vern fra ulike aktører?

Skjåk kommune utgjør som nevnt Norges største nasjonalparkkommune, noe som potensielt kan bidra til bred verdiskaping for lokalsamfunnet, både i form av lokale tiltak og nasjonale prosjekter. ”Naturarven som verdiskaper” tilknyttet villrein, og ”Nasjonalparkkommuner” som en merkevare, er eksempler på nasjonale prosjekter som preger området. En av informantene kan fortelle at det er større fokus på fjellområder nå, som følge av at Skjåk kommune har gått fra å være en kommune med lite til mye vern, der en ny satsing på nasjonalparker som bidrag til næringsutvikling, krever nytenking. En fordel for Breheimen og Reinheimen som blir fremhevet av en annen informant, er at man ikke har så stor forurensingsproblematikk som i Alpene og USA, og at man derfor har en større utfordring i forhold til bærekraft der, sammenlignet med Breheimen og Reinheimen. En annen fordel som nevnes for disse to parkene gjelder scootertrafikk, der området preges av en mer restriktiv bruk i utmark, til forskjell fra Nord-Norge og Hardangervidda.

5.4.1 Lokale reiselivsinteresser

Det faktum at det er vanskelig med organiserte aktiviteter i verneområdene, gjør at man må forsøke å utvikle aktiviteter som ikke setter spor, sies det. En informant påpeker at man kan styre veldig hvordan man vil at folk skal gå inn i en park. Det kommer også frem blant flere at man er nødt til å kunne bruke området, i form av normalt friluftsliv. Med tanke på miljømessige hensyn, fokuserer reiselivsrepresentantene på klare startpunkter og bruk av innfallsporter som Sota, Grotli og Billingen for kanalisering, der man ikke får folk inn hver eneste stikkvei. Det blir videre presisert at mer bruk av informasjon og skilting for orientering blir viktig, både når det gjelder klargjøring av hvorfor og hva som er verneverdier og regelverk.

Hvilke målgrupper bidrar til økonomisk verdiskaping i reiselivssammenheng?

Når det gjelder de tilreisende og besøksmotiver, har en av informantene inntrykk av at de er ute etter en totalpakke som inkluderer både naturopplevelser og aktiviteter. Det presiseres at næringspotensialet blant turistene må vurderes, med tanke på hvilke målgrupper som legger igjen mest penger. Noe tilrettelegging er viktig: ”Tror det må være en viss form for tilrettelegging for at det allikevel skal være attraktivt, bortsett fra ekstremturisten”. Men på den andre siden har man også ”Lars Monsen”-typen, som vil være alene, men denne gruppen

bidrar mindre til økonomisk verdiskaping. Målsettingen blir å få de besøkende til å bli lengre, der spesielt tyskerne som er svært opptatt av nasjonalparker, blir en målgruppe. Det påpekes at dette ofte er folk med god råd og høy utdanning,

Flere av aktørene uttrykker at de besøkende virker tilfredse med de eksisterende oppleggene, og at responsen og tilbakemeldingene er bra. Videre peker en informant på at det er artig at man kan gjøre noe ut av nasjonalparkene i en større sammenheng, at man ser helheten gjennom å rette fokus mot hele området og dalføret. En annen legger vekt på at man må tenke alternativer til Jotunheimen, der ulike preferanser i forhold til terreng og andre ønsker enn Jotunheimen bør i fokus. Det uttrykkes at det er overraskende at det ikke er mer spørsmål angående Breheimen som fjellområde ettersom det utgjør et sentralt DNT-område. Breheimen nasjonalpark karakteriseres av en informant som ”et allsidig og ufrisert område med mange muligheter... Viktig at området blir tatt i bruk”. Informanten vektlegger at allsidige kvaliteter kan relateres til mange slags nivåer av friluftsliv, deriblant ungdomsturer på isbreer, klatring og rafting.

Tilrettelegging og begrensninger

På spørsmål om hvorvidt de besøkende virker fornøyde med informasjon, tilrettelegging og tilgang tilknyttet parkene, kommer det frem hos en informant at utlendinger spør hvor man kommer inn i parken. De er bevisste på at de ikke kan kjøre inn, men vil likevel nærmest mulig selve verneområdet. For eksempel har Jotunheimen reiseliv mottatt flere forespørsler om ”mountain bike”, der utlendinger har ønske om å sykle i fjellet. Det blir påpekt i et intervju at utlendinger ofte har andre holdninger til nasjonalparker, og de forventer ofte at det er en inngangsport, og at områdene vil være preget av restriksjoner med tanke på vernereglement og mindre tilgjengelighet for besøkende. En informant uttrykker at man ”tror de forstår verdiene av nasjonalparkene... Kanskje mer enn det vi gjør... Tror de opplever at de er vernet for noe”.

Med tanke på markedsføring, spør en av reiselivsrepresentantene: ”Hvor mye kan vi markedsføre, og hvor mye kan vi selge uten tilrettelegging og merking?”. Eksempelvis blir det nevnt at man ikke kan sette opp lavvoer og gapahuker, og at det er vanskelig med organiserte aktiviteter i Breheimen og Reinheimen. En av reiselivsaktørene kan fortelle at bruken per dags dato ikke blir påvirket av vernet slik de driver i dag, men det kan bli etter hvert. Det refereres til et tøffere regime i Breheimen og Reinheimen enn i Jotunheimen, noe

som vil kreve søknader for å kunne ta med seg grupper. Situasjonen beskrives som litt begrensende, men reiselivsaktøren håper at det ikke blir så strikt fremover.

5.4.2 Verdiskaping og næringsutvikling i forbindelse med verneområder

Hvilke områder skal man satse på?

Det kommer frem blant flere av informantene at man ikke bør finne på noe nytt, men heller å satse på å forsterke det man har, gjennom å tilrettelegge for å utnytte bedre de områdene som det ligger muligheter i. ”Bruke det vi har her... Det er det vi selger, naturen som selger og de aktivitetene som hører med”, som en reiselivsrepresentant uttaler. I et intervju blir det sagt at det å jobbe konkret med ting og kunne tilby mer aktiviteter, kan være mer inntektsbringende enn markedsføring. I stedet for større utbygginger, fokuserer informantene på en videreutvikling av eksisterende tilbud i området. Det presiseres at man må ”være flinkere til å presentere de gode stedene”, som en informant sier. Som potensielle arenaer for verdiskaping, fokuseres det på randsonene og bygda selv, der en av informantene foreslår å ta utgangspunkt i biosfæretankegangen som benyttes i Europa. Her fremstår det vernede kjerneområdet som en inngrepsfri sone, med verneverdiene som en kulisse, omgitt av en buffersone med muligheter for tilrettelegging. De bebygde arealene med bygda, jordbruket og kulturlandskapet i bunnen av dalene, utgjør resten av området.

Verdiskaping langs veiene

Både næringsaktører og reiselivsrepresentanter fokuserer på å bruke veiene mer, samt presiseres det at stengte vinterveier, som for eksempel Gamle Strynefjellsveg, bør åpne tidligere i sesongen enn de gjør på nåværende tidspunkt. Det blir også nevnt at man kan dra fordel av geografisk plassering i forhold til Vestlandet. På et spørsmål om Geiranger og UNESCO-statusen² kan benyttes, blir det sagt at dette er et kjempepotensiale som brukes altfor lite. En informant påpeker at man har trafikk på grunn av det som skjer i Fjord-Norge, der Lom og Skjåk blir transportetapper for å oppleve fjord og fjell på en dag. Det blir også sagt at man må se åpningene der det er muligheter for å tjene penger. Her argumenterer en informant med at bilturister legger igjen mest og fotturister minst. Økonomisk sett bør man ”tilrettelegge mot kassaapparat, der bedriftene finnes”, som en av informantene fra det lokale

² Geirangerfjorden i Møre og Romsdal og Nærøyfjorden i Sogn og Fjordane utgjør verdensarven Vestnorsk fjordlandskap, som ble utnevnt til UNESCO-listen over verdens natur- og kulturarv i 2005 (Riksantikvaren, 2007).

næringslivet nevner. Med dette menes det at den økonomiske verdiskapingen vil være størst dersom nye tilbud utvikles i tilknytning til eksisterende servicebedrifter og andre næringsvirksomheter.

Som det fremgår i bakgrunnskapittelet (kapittel 2), blir det presisert i forvaltningsplanen at spesielt tilgrensende landskapsvernområder til Breheimen nasjonalpark skal vurderes som potensielle arenaer i miljøvennlig reiselivssammenheng. Som fysisk arena, foreslår forvaltningen å benytte randsonene, med nasjonalparkene som bakteppe, der man ”velger med omhu” med tanke på næringsutvikling, og unngår de mest sentrale områdene som berøres av villrein. Bruk av sentrale knutepunkter langs veiene som informasjonspunkter vil være essensielt, for eksempel Sota og Billingen. Eksempelvis trekker forvaltningssiden og grunneiere frem potensialet for mer forsiktig kommersialisering i sør-området i Breheimen, der spesielt Sota blir vurdert som et mulig område for naturbasert reiseliv, der reiselivsaktører har anledning til å søke om økonomiske midler i randsonene. Ellers nevnes det kløving i Tordalen, samt Løvegen mellom Lordalen og Aursjoen. På den andre siden blir det uttrykt fra forvaltningssiden og fra grunneiere at det ikke er ønske om for mye bruk. Spesielt fremstår Tundradalen som et kjerneområde for villrein, der det ikke er ønske om mer trafikk. Fra forvaltningssiden konstateres det også at det er et behov for satsing på naturveiledere som kan informere om verneområdene og reglement for besøkende i fremtiden, der Norge har mye å lære av andre land. Eksempelvis blir det foreslått at man kan ta utgangspunkt i økomuseumsmodellen, der natur- og kulturhistoriske lokaliteter kan fremstå som bakteppe for besøkende og folk som vil lære mer.

Ulike tiltak i randsonene

Når det gjelder muligheter for helsefremmende tiltak, blir det å få folk ut på tur i form av fellesturer nevnt som et tiltak av en reiselivsrepresentant. ”Å finne på noe mer spenstig” for å ha et trekkplaster, for eksempel blir fokus på idrettsrelaterte ting nevnt som et satsingsområde av en annen informant. Vår-skiløp blir trukket frem som en mulighet, men også aktiviteter i sommersesongen, som rafting og grottevandring. Slike aktiviteter gjør også at man kan ha alternativer å tilby dersom været er dårlig. Flere av representantene beskriver også sykling som en populær aktivitet, der reiselivsrepresentantene sier at det er ønskelig med barnesykler og sykler med vogn fremover. Fra to av informantene blir det også fokusert på bedre tilrettelegging for handikappede i fremtiden. Andre legger vekt på randsonen som et viktig område i forbindelse med jakt og fiske.

Blir Skjåk kommune preget av geoturisme?

I 2005 undertegnet Innovasjon Norge charteret til National Geographic Society for geoturisme og bærekraftige destinasjoner. National Geographic Society har definert geoturisme som ”turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kommer lokalsamfunnet til gode” (referert av Northway, 2011). På tampen av intervjuene ble åtte av informantene stilt spørsmål om hva de forstår med betegnelsen geoturisme, og om de så Skjåk kommune som et område som var preget av det.

Følgende beskrivelser ble gitt:

- ”Folk som kommer til et område med opplegg med bakgrunn i natur- og kulturhistoriske lokaliteter”.
- ”Utgangspunkt i det lokale, både historie, formidling, mat, kultur, basert på lokal kunnskap og lokal tilknytning”.
- ”Bærekraftig reiseliv med mange definisjoner, der mange assosierer det med geologi”.
- ”Formidling med utgangspunkt i det grunnleggende (landskap, geologi). Utnytte naturkvalitetene til å tjene penger”.
- ”Bruke naturen der den er, i respekt for naturen”.
- ”Naturgeografi og kvartærgeologi. Har alle formasjoner og aktive prosesser. Turstier og lokaliteter for synliggjøring”
- ”Lokalt særpreg”.
- ”Landskap og geologi, med opplevelsesturisme for de som er interessert i landskap, geologi og kvartærgeologi. En slags historisk turisme, naturhistorisk turisme med vekt på landskapsformasjoner”.

Angående hvorvidt Skjåk kommune er preget av geoturisme eller ikke, hevder en av informantene at de er flinkere til å satse på dette i andre kommuner, mens en annen poengterer at det spørs hvilke kriterier som ligger til grunn for at man skal kunne kalle det geoturisme. Det kommer også frem at det er der mulighetene ligger, og at alle har en historie å fortelle, dersom det presenteres på en god og mer bevisst måte. Andre informanter sier at det er lite å spore av geoturisme foreløpig, men at Skjåk kan komme til å bli preget av geoturisme i fremtiden ved å spre det glade budskap fremover og sette Skjåk på kartet, som en del av

regionen. Noen svarer at stadig mer blir dreiet mot en slik tankegang, og at man må finne noe som Skjåk kan bli kjent for, ”finne noe eget”.

Styrket samarbeid

Fra reiselivsrepresentantene legger enkelte vekt på mer koblinger og kommersialisering, med fokus på tilbud tilknyttet jakt og fiske og gårdsturisme, der det blir hevdet at ”man må bli flinkere til å se helheten og samarbeide... Å sette ting mer i system”. Enkelte representanter fra næringsliv og landbruk nevner at det er mulighet for å koble mer mellom landbruk og reiseliv, for eksempel gjennom bruk av setrer, bruk av hest i utmark eller eventuelt pakkøløsninger, men det presiseres at folk må se mulighetene selv. En næringsaktør foreslår også matsalg som et alternativ, der forvaltningssektoren og reiselivsinteresser kan få gjensidig nytte gjennom samarbeid, der det informeres om vernet. Bedre samordning mellom kommunene blir også nevnt, der en av informantene uttaler at ”vi deler jo fjellområdene mellom oss”. For å få frem potensielle muligheter, kreves det ifølge informantene at man har nok satsing fra kommunene i form av midler og ressurser, men som informantene påpeker, må også næringslivet bidra, i forbindelse med reiseliv og lokale prosjekter.

5.4.3 Merkevarerbygging og synliggjøring

Enkelte informanter er redde for at Skjåk er og vil forbli et sted man kjører gjennom, og hevder at mer må gjøres for å sette Skjåk på kartet. Ellers blir det sagt at man må være flinkere til å synliggjøre at man er opptatt av nasjonalparkkommune-statusen innenfor arealgrensene, med bevissthet rundt symbolikkbruk og logoer. Med tanke på hvordan man skal presentere kommunen utad, presiseres det fra flere informanter at man må bli flinkere til å formidle og tenke næring. ”Man må gripe fatt i det lokale på hvert sted... Folk vil gjerne vite... Fenger alle målgrupper egentlig”. Et forslag er å utnytte parkene på andre måter, for eksempel i form av utstillinger og formidling, som gjøres på en annen måte i randsonene. En potensiell mulighet er å benytte kulturhistorien i markedsføring. Eksempelvis nevnes bruk av lokalkunnskap som et fortrinn, der man har muligheter gjennom å involvere lokalbefolkningen som har unik kompetanse om fjellområdene og geologiske aspekter. Det refereres til et reiseliv og samfunn i utvikling, som en del av kunnskapssamfunnet, der villrein, kvartærgeologi og fangstkultur er viktige verdier for lokalsamfunnet. Andre satsingsområder relateres til beliggenheten, der Skjåk kommune har et vidt spenn i fjellformasjoner og topografi, som det en informant beskriver som et landskap ”fra A til Å”.

Nasjonalparker som merkevarer?

Det kan diskuteres hva som selger, om det er fjellområdene eller nasjonalparkstatusen. Flere av informantene fra reiselivet hevder at nasjonalparkene i seg selv ”drar ikke folk”, dette fordi nasjonalparker har blitt mer utbredt. En reiselivsaktør uttaler at ”sola er like fin om det er nasjonalpark eller ikke” når det gjelder de besøkendes opplevelser. Andre trekker frem at på den andre siden blir vern et kvalitetsstempel, noe som bidrar til lettere markedsføring. En informant tilføyer også at aktører på ulike områder må bli flinkere til å utnytte nasjonalparkstempelet, der skilting tilknyttet statusen som nasjonalparkkommune, utgjør en viktig bit. For eksempel må man presisere at man har blitt best i Norge med tanke på andel vernet areal. God hjemmeside, synliggjøring og nettbooking blir trukket frem som viktige tiltak for å lykkes fremover. En må ha en mer utadrettet strategi, ”bruke det som er og fremme det utad”, sies det. ”Man må tørre å vise hva man har. Det er ikke nok å si at man har fin natur, for det har alle.. Man må på en måte pakke det inn”, sies det i et av intervjuene. Også bruk av stedsnavn blir viktig, der det nevnes at man må unngå at det blir som i Sjøa, som forbindes med navnet på elva, men heller få fokus på hva selve stedet heter og er kjent for.

Villrein som verdiskaper og merkevare

Et av prosjektene under det nasjonale programmet ”Naturarven som verdiskaper”, er verdiskapingsprosjektet ”Villreinen som verdiskaper”, som omfatter nasjonalparkene Dovrefjell-Sunndalsfjella, Dovre, Rondane og Reinheimen. Direktoratet for naturforvaltning (2011f) uttaler at målsettingen med prosjektet er å benytte naturen som merkevare, i form av opplevelser og formidling tilknyttet villrein og fangsthistorie, både pedagogisk sett, reiselivsmessig og miljømessig.

Når det gjelder programmets betydning i Skjåk, legger enkelte informanter fra grunneiersiden vekt på at prosjektet kan være med og initiere mer lokale tiltak. I forhold til lokal bygdeutvikling og næringsliv, påpekes det at man vil forsøke å gjøre noe positivt ut av det som opprinnelig følte negativt i verneprosessen, som frykt for økt ferdsel, spesielt med tanke på villrein. Her nevnes Nasjonalparkfestivalen som en start. Det presiseres videre at man fremover må være flinkere til å finne fengende opplegg, der nasjonalparkstempelet benyttes for å skape næringsutvikling i randsonene og dalføret. Eksempelvis foreslår informanter at markedsføringen kan relateres til fiske, der det å skape en historie rundt, gjør at folk kan få andre opplevelser enn bare fiske, med utgangspunkt i kulturhistorie og fangsthistorie. Det blir fortalt at lokale ildsjeler har vært behjelpelige i registreringsarbeid i forbindelse med

fangstkultur og forvaltning av villrein, noe som vil bli viktig i forbindelse med utarbeidingen av regionale villreinplaner. Planene blir ifølge grunneierrepresentanter viktige for å få oversikt over summen av inngrep. Villreinen nevnes som en viktig kulturarv, mens de områdene som ikke er sentrale leveområder for villrein, kan benyttes til å drive næringsutvikling.

5.4.4 utfordringer

Et dilemma som blir omtalt hos flere informanter innen lokalt næringsliv og reiseliv, er hvor firkantet regelforvaltningen kan komme til å bli, med tanke på lokalsamfunnets plass og medvirkning. Når det gjelder balansen mellom vern og landbruk, blir det påpekt fra en landbruksrepresentant at det går ”stort sett greit, men vern gjør det ikke lettere”. Videre poengterer informanten at det burde vært grunneiere i alle vernestyre, noe som sitter langt inne hos Miljøverndepartementet. Informanten peker på at eventuelle utfordringer kan oppstå ved beitebuer og utkjøring av saltstein, men det blir sagt at det ikke trenger å bli noen stor støy av dette dersom godviljen legges til. En reiselivsaktør uttaler at vernemyndighetene kan by på ”litt skremselspropaganda enkelte ganger”, mens andre reiselivsinteresser påpeker at situasjonen ikke bør bli for byråkratisk og for vanskelig. For eksempel blir det sagt at det kunne blitt en utfordring dersom man hadde fått naturreservater midt i turistattraksjoner. Det poengteres også at det er vanskelig å starte med noe nytt. Andre utfordringer som nevnes er tradisjonsbundne brukere, som kan ha vansker for å akseptere at reiselivet er en viktig næring.

Konflikter angående villrein

Fra forvaltningssiden beskrives bruk og vern som et slitt uttrykk, der situasjonen er ulik fra Rondane nasjonalpark, som følge av mer forsiktig bruk i Breheimen og Reinheimen, hvor hovedsakelig primærnæringer dominerer og andre besøkstall er lave. Hensyn til villrein og kalvingsperioder er en av utfordringene som trekkes frem blant ulike aktører, men foreløpig er det lite som tyder på større konflikter, ifølge forvaltningssiden. I forkant av vernet var det frykt for større ferdsel og uro angående villrein, men fra grunneiere sitt ståsted, sies det i intervju at balansen mellom bruk og vern går ”brukbart hånd i hånd”, der det ikke er grunn til å frykte skader på naturomgivelsene og forstyrrelse blant villrein per dags dato, så lenge det er tradisjonell og forsiktig, naturvennlig bruk som utøves. På den andre siden kan det bli mer konflikter i fremtiden, med tanke på kalvingsperioder om våren, men da har man anledning til å innføre ferdselsforbud i visse perioder. Flere av informantene påpeker nødvendigheten av

kanalisert ferdsel, med vekt på at man ikke skal forstyrre livet til villreinen. Man må heller tilrettelegge der naturen tåler det, uten å la det gå ut over verneverdiene. En målsetting fremover som blir påpekt av grunneierrepresentanter er mer samarbeid for å bevisstgjøre folk, mens en av utfordringene med tanke på de regionale villreinplanene i fremtiden, er at Skjåk kommune er ekstra utsatt, fordi en er ”innklemmt” mellom to verneområder. Utviklingsmuligheter i forbindelse med næringsliv fremover kan derfor by på utfordringer.

Synspunkter på lokal forvaltning

Angående fordeler og utfordringer ved en lokal forvaltningsmodell, kan en informant fra forvaltningen fortelle at det at det er seks saksbehandlere i Reinheimen (en i hver kommune), vil føre til at det ikke alltid blir like vedtak, men det blir påpekt at dette egentlig ikke er noe stort problem. Breheimen har på sin side en fordel med at det er nasjonalparkstyret som behandler saker, noe som resulterer i mer like vedtak. For Reinheimen er det ifølge informanten derimot en fordel med at saksbehandlerne kjenner godt områdene og forholdene i sin egen kommune. I forhold til overvåking, er dette ansvaret lagt til SNO-personellet, der det blir nevnt at det er en utfordring med store områder, med tanke på hva og hvor de mest sårbare områdene er. På spørsmål om samarbeid og eventuelle konflikter med eksterne aktører, blir det sagt at det forekom noen gnisninger i prosessene som har gått over, og ikke satt varige spor. Det refereres til lite konflikter i prosessen angående verneform og avgrensning, men derimot har det forekommet ulike syn på type forvaltning, der Lom kommune i utgangspunktet bar preg av et mer statsvennlig synspunkt på forvaltningsmodellen enn de andre kommunene. Av konflikter er dette lite å spore i dag, der en informant hevder at kommunene har ”drevet som granner”. En fordel som nevnes for Skjåk sin del, er kontinuiteten i den lokale forvaltningen, der de samme personene har fulgt prosessene hele veien, i motsetning til mer utskiftninger i kommunene Lesja og Rauma.

Nasjonalparkene: hinder eller opplevelser?

En av informantene fra reiselivet uttrykker at problemet er at man ikke vet hvordan man skal bruke nasjonalparkene, ettersom det er veldig lite som er lov. ”Jo sterkere vern, jo mindre er det lov å gjøre”. Det faktum at det ikke forekommer tilrettelegging i form av merking, løyper og opplegg, kan føre til at folk føler seg utrygge, der bare enkelte brukergrupper klarer å ta seg ut i området. Manglende tilrettelegging kan resultere i spenning for enkelte, men på den andre siden forhindre andre, som vil ha vansker for å benytte områdene uten tilrettelegging. Det presiseres av en annen reiselivsaktør at regelverket ikke kan bli for svarthvitt, men at man

i stedet må kunne lage rasjonelle løsninger på ting, for eksempel motorisert båtbruk. ”Vern bør ikke bli til hinder for å finne gode løsninger”, sies det. En annen aktør spør hvilke gleder man har dersom man ikke skal kunne bruke områdene, og at myndighetene må bestemme seg for hva de vil, der det refereres til fundamentalistiske holdninger hos Miljøverndepartementet. Det hevdes fra reiselivsrepresentanter blant annet at myndighetene må bestemme seg for om de skal verne for opplevelser, eller om en skal ha strenge restriksjoner, for eksempel angående merking, løyper og tilrettelagte opplegg. En informant påpeker at det må forekomme noe tilrettelegging for at det skal kunne skje en næringsutvikling. ”Næringsutvikling og nasjonalparker i samme åndedrag. Bør slutte med dette”. Det informanten sikter til, er at per i dag så er ikke dette noe som lett lar seg kombinere. Det blir hevdet at det er et problem at det er så strengt, og at ingen greier å definere seg inn på hva som er lov og ikke. En informant presiserer at målsettingen bør være å regulere fornuftig, der det fokuseres på tilrettelegging på en god og klok måte, i stedet for å si at ingenting er lov. Andre informanter fra næringsliv og landbruk er mer positive i forhold til hva som kan tillates innenfor vernereglene og uttrykker at det med merking ikke trenger å være en uoverstigelig utfordring.

Det kommer frem hos flere informanter at man bør ta styring og tilrettelegge der det er mulig, i stedet for å sitte og klage. Det som er krevende blir å begynne å tenke på områdene på nytt etter at områdene ble vernet, med tanke på tilrettelegging og næringsutvikling. ”Det går mye på formidling og informasjon. Få frem det som er viktig å passe på. Det som er endringer i forhold til slik det var før”. Det presiseres at det er viktig for forvaltningen å formidle verneverdier slik at folk fortsetter å få et like positivt forhold til områdene fremover. Det legges vekt på lokalbefolkningens hensyn i forkant av vernet, der det sies at det faktum at fjellområdene fremdeles er urørte, er et resultat av at områdene har blitt tatt vare på. I fremtiden bør man også være bevisste rundt det at man ikke setter spor, for eksempel gjennom forsøpling, både som en påminnelse for lokalbefolkningen og turister, med hensyn både til naturen og andre besøkende. Flere av informantene presiserer at man kan bli flinkere når det gjelder informasjon.

Bruk av randsonene

En av informantene fra reiselivet spør hvilke verdier randsonene har og hvor stort område en buffersone skal utgjøre. Det pekes på at sonen er verken nasjonalpark eller landskapsvernområde, men ”en plass der det kan foregå mer enn i parker og landskapsvernområder, en sone/område/stykke natur/stykke geografi, som begrunnelse for at

ting ikke skal skje eller tilrettelegges”. Her vil aktiviteter i randsonen avspeile hva man får gjøre i nasjonalparker, der en informant uttaler at man ikke kan ha ”sirkus” i randsonen og ingenting som skjer i parken. Det å krysse grensene innover i verneområdene og komme videre fra randsonene er noe av poenget med randsoner, der informanten spør hva man gjør dersom for eksempel skiløyper ikke fortsetter fra randsonen og videre inn i nasjonalparken. En informant fra reiselivet uttaler at områder med mindre aktiviteter kan bli betraktet som positivt, men på den andre siden blir det å ha folk rundt seg, sikkerhet, mat og parkering sett på som viktige aspekter. Det blir nevnt at spesielt yngre grupper gjerne vil ha litt mer som foregår, der noe tilrettelegging er nødvendig for at det skal kunne skje en næringsutvikling. Det blir påpekt at man må være der og tilrettelegge for besøkende for å tjene penger, der har Norge et forbedringspotensiale sammenlignet med andre land. Eksempelvis nevnes bobilturistene som en målgruppe.

Forholdet mellom natur og kultur

Det blir uttrykt blant enkelte reiselivsrepresentanter at den største utfordringen er at mennesket blir sett som et problem i norsk naturforvaltning. For eksempel kan det spørres om man skal kunne nyte naturen, noe som kan resultere i nedtrakking av stier og slitasje, eller på den andre siden om man skal hindre tilgang, noe som ikke fører til gleder for folket. En av informantene nevner at man må fremme klokskap og tilrettelegging på en god måte, gjennom ”å fenge mange, men slite minst”. Nulltoleranse i forhold til slitasje har denne informanten lite tro på.

5.5 Kapitteloppsummering

I resultatkapittelet har jeg først gitt en oversikt over verneprosessene og synet på forvaltningsorganiseringen sett fra informanters ståsted. Videre har jeg presentert ulike satsinger og prosjekter i den andre delen av kapittelet. Det første prosjektet som ble introdusert, er Skjåk-prosjektet. Her blir det fokusert på muligheter for verdiskaping i randsonene, hvor nasjonalparkene benyttes indirekte. Prosjektet har ulike målsettinger rettet mot bruk og vern. Den første målsettingen til Skjåk-prosjektet, etter at det inngikk som et delprosjekt i kommuneplanrevisjonen fra høsten 2011, omfatter arbeidsplasser som er direkte knyttet til bruk og vern av utmark i Skjåk kommune. En annen målsetting relateres til satsingen på å fremme Skjåk som en hyttekommune fremover. Den tredje målsettingen består

av å skape en komplett infrastruktur for bærekraftig opplevelse og bruk av randsonen til verneområdene i Breheimen og Reinheimen. Det andre prosjektet som ble presentert, er fiskeprosjektet ”Fjellfiske for alle”, som har som målsetting å fremme Skjåk som en fiskedestinasjon. Prosjektet er per dags dato i planleggingsfasen, men planen er at prosjektet skal pågå til 2013. Prosjektet har som mål å benytte nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen som en kulisse for aktiviteter i forbindelse med fiske, forvaltning av fiske og koblinger til hyttene til Skjåk Almenning. Det tredje satsingsområdet jeg har gått inn på, er informasjonstiltak i forbindelse med nasjonalparkene. Et av tiltakene er ”Nasjonalparkinformasjon i butikk”, som etter planen vil finne sted ved Dønnessjøen fra sommeren 2012. Målet med prosjektet er å benytte interaktiv læring i forbindelse med informasjonsformidling tilknyttet nasjonalparkene. Et annet informasjonstiltak, i regi av nasjonalparksenteret, er det pedagogisk rettede opplegget ”Barske gleder”. Her får 5. klassinger fra Ottadalen mulighet til å lære om det enkle friluftsliv.

I den tredje delen av kapittelet har jeg gitt en oversikt over reiselivsorganiseringen i området, der jeg presenterte Jotunheimen reiseliv som den ledende reiselivsorganisasjonen, og reiselivsvirksomheter i randsonene ved innfallsporter til nasjonalparkene. I den siste delen har jeg sett på hvordan forholdet mellom bruk og vern oppfattes fra ulike aktører. Først har jeg beskrevet lokale reiselivsinteresser, hvor jeg går inn på de besøkende, og hvilke målgrupper som er ønskelig for å oppnå økonomiske ringvirkninger. Her ble det også gitt et innblikk i informantenes perspektiver på tilrettelegging og begrensninger i forbindelse med verneområdene. Videre har jeg gått inn på det lokale næringslivet og hvilke muligheter ulike informanter ser for seg i forbindelse med koblinger mellom vern og verdiskaping. Satsinger langs veier, desentraliserte informasjonspunkter og bruk av lokal kulturhistorie blir nevnt som potensielle muligheter for verdiskaping. Det blir påpekt at større fokus på bruk av logoer og skilting blir viktig i forbindelse med synliggjøring av kommunen. Fokus på merkevarebygging som en vei til verdiskaping ble omtalt, der et av satsingsområdene som bygger på naturen som merkevare, ble beskrevet. ”Villrein som verdiskaper” er et prosjekt som inngår i det nasjonale prosjektet ”Naturarven som verdiskaper”. I den siste delen har jeg også sett på hvilke utfordringer som ble nevnt, der det viste seg at de største dilemmaene omhandlet villrein. Et avsnitt går også inn på om nasjonalparkene blir sett som hinder eller opplevelser for de besøkende. Fra reiselivet ble det for eksempel nevnt at vernereglementet kan by på utfordringer, og at det fra deres bruksinteresser var ønskelig med mer tilrettelegging i form av bedre skilting og merking.

6 DISKUSJON

I dette kapitlet knyttes empirien opp mot teoretiske perspektiver og tidligere forskning som er gjort på koblinger mellom vern og verdiskaping. I kapitlet blir det gjort et forsøk på å belyse ulike verdiorienteringer og natursyn fra ulike hold i forbindelse med nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen. Videre vil jeg ta for meg samarbeid og betydning av tverrfaglig kunnskap i studieområdet, der jeg går nærmere inn på samarbeid mellom ulike aktører. Til slutt vil jeg drøfte hvordan nasjonalparkstatusen kan bidra til bred verdiskaping, det vil si hvilke områder som fremstår som arenaer for verdiskaping og hvor de ulike informantene mener potensialet ligger for næringsutvikling. Her drøfter jeg også hvilken betydning selve nasjonalparkene har, med tanke på merkevarebygging og verdiskaping.

6.1 Hvilke verdier og hvilke natursyn står sentralt blant informantene?

6.1.1 Økonomiske verdier og ”amenity”-verdier

Haines-Young (2009, s. 318) hevder at problemer oppstår når ulike mennesker vurderer den samme naturen eller miljøet gjennom ulike ”kulturelle linser eller filter”. Vår sosiale og kulturelle bakgrunn vil påvirke vårt natursyn, noe som vil ha betydning for hvilke verdier som vektlegges i landskapet. Som blant annet Christensen (1999) og Kortenkamp & Moore (2001) har drøftet, er enkelte opptatte av økosentriske verdier, mens andre vektlegger antroposentriske verdier. Selv om det ikke lar seg spore store konflikter mellom ulike bruksinteresser i Skjåk kommune, viser resultatene fra feltarbeidet at reiselivsinteresser har et mer bruksorientert og antroposentrisk syn på områdene enn forvaltningssiden og grunneiere, som i sitt ståsted preges av et mer økosentrisk verdisyn. Eksempelvis blir det påpekt av flere reiselivsinformanter at noe tilrettelegging er nødvendig for å gjøre områdene attraktive for besøkende, men det blir likevel presisert fra reiselivsinteresser at dette må forekomme i form av naturvennlig bruk og kanalisert ferdsel. Dette kommer også frem i en finsk studie, der Puustinen et al. (2005) påpeker at såkalte ”ressursbaserte parker”, som kan tilby noe rekreasjonsmessig service, er mest tiltrekkende for besøkende. Når det gjelder forholdet mellom et økosentrisk og et antroposentrisk perspektiv i lokalsamfunnet, gir informantene uttrykk for at lokalbefolkningen generelt sett er flinke til å ta hensyn til naturomgivelsene, der det er lite større konflikter å spore. De konfliktene som har vært har for det meste har omhandlet villrein. Heiberg et al. (2005) hevder også at frykt for slitasje og forstyrrelse er det

som er den største trusselen blant forvaltningsmyndighetene i Norge, med tanke på økt ferdsel.

Som Jones (2009) har påpekt i en artikkel om verdivurderinger og konflikter i landskapsplanlegging, ligger våre verdier subjektivt i vårt sinn og kan derfor ikke separeres fra våre interesser. En forståelse for ulike verdisyn er ifølge Buijs (2009) nødvendig for å forebygge konflikter, der man kan se for seg ulike soner i landskapet når det gjelder verneområder og utbyggingssoner. Det som beskrives som en såkalt "hands-off"-tankegang, som er basert på forvaltning, kan i studieområdet knyttes opp mot leveområder som er sentrale for villrein, der det ikke er ønske om økende ferdsel fra forvaltningssiden. Derimot vil et funksjonelt og bruksorientert naturbilde prege mindre sårbare områder, som dalføret og randsoneområder som er egnet for næringsutvikling i forbindelse med natur- og kulturressurser. Her vil en "hands-on"-strategi kunne iverksettes. Eksempelvis blir verdiskaping langs veiene, spesielt i forbindelse med innfallsporier til nasjonalparkene, nevnt blant flere aktører.

Resultatene fra intervjuene viser at de involverte aktørene vektlegger ulike verdier i nasjonalparkene, som kan relateres til Jones (1993) sin verdikategorisering av landskap. Eksempelvis dominerer økonomiske markedsverdier i forbindelse med reiseliv og lokalt næringsliv. Dette vises eksempelvis gjennom satsingen på å fremme Skjåk som en hyttekommune og å synliggjøre Skjåk som en fiskedestinasjon, noe som kan gi økonomiske ringvirkninger ellers i lokalsamfunnet. Reiselivsinteresser gir på sin side uttrykk for at det er ønskelig med utvikling av kommersielle tilbud og aktiviteter som ikke setter spor i tilknytning til verneområdene. Denne typen bruksinteresser kan derfor sies å bli preget av det som Buijs (2009) betegner som en "hands-on"-strategi, der det blir lagt vekt på menneskelige behov og besøksmålgruppen i reiselivssammenheng er tilreisende som bidrar til økonomisk verdiskaping. Spesielt landskapsvernområdene tilknyttet Breheimen blir vurdert som potensielle arenaer for miljøvennlig reiseliv fra forvaltningssiden, noe som også fremgår i forvaltningsplanen for Breheimen nasjonalpark. Her kan landskapet sies å ha en instrumentell verdi (Ariansen, 1996a, 1996b, referert av Jones 2009, s. 194) gjennom at landskapet fremstår som et middel for å oppnå et mål om økonomisk verdiskaping.

På den andre siden er informantene også opptatte av ikke-økonomiske "amenity"-verdier, som kan relateres til friluftsliv, villrein og estetiske bevaringsverdier. Det er derfor snakk om

vektlegging av mer enn økonomisk verdiskaping. Verdier som dette kan også betegnes som preferanseverdier (Ariansen, 1996a, 1996b, referert av Jones 2009, s. 194), der naturen, landskapet og villrein har en verdi i seg selv for enkeltpersoner. Når det gjelder ”amenity”-verdier”, gjør spesielt rekreasjonsverdier og identitetsverdier seg gjeldende, der flere av informantene betrakter fjellområdene og villrein som et kvalitetsstempel og kulturarv, som de hevder er betydningsfullt for lokalbefolkningen. Villrein kan som nevnt utgjøre en preferanseverdi, men også en såkalt konstitutiv verdi (ibid.), både etisk sett i forbindelse med menneskenes forpliktelser om å ta vare på villreinstammen i nasjonalparkene, og som en kulturell identitetsverdi i området for lokalbefolkningen.

Dutcher et al. (2007) drøfter hvordan hensyn og atferd er resultat av vår tilknytning til områdene. Resultatene fra min studie viser også til at bærekrafttanken og bevisstgjøring omkring bruk av verneområdene står i fokus hos informantene, noe som kan sees i sammenheng med en studie fra New Zealand, der Pan og Ryan (2007) peker på at jo nærmere man er bosatt et fjellområde og jo større tilknytning man har, jo sterkere meninger vil man danne seg, der vår sosiale bakgrunn vil prege forholdet til områdene. Fokus på identitetsverdier har også kommet frem i forbindelse med en konsekvensutredning for verneområdene i Reinheimen angående ”lokal forvaltning og identitet”, der resultatene viser at innbyggerne i Skjåk kommune har en sterk stedstilknytning, gjennomsnittlig 6,2 på en skala fra 1-7 (Vorkinn, 2002, s. 14).

Informantene er også opptatt av vitenskapelige verdier, som blir vektlagt i forbindelse med ulike geologiske formasjoner i nasjonalparkene, spesielt i form av kvartærgeologi. Enkelte informanter fremhever at denne typen verdier kan spores gjennom en stor bredde av landskapstyper i Breheimen og Reinheimen, som er preget av ulike geologiske epoker. Ellers påpeker flere av informantene at historiske verdier som blir knyttet til fangstkultur, er noe som man kan benytte i fremtidig markedssammenheng. I satsingen ”Villrein som verdiskaper” blir det for eksempel lagt på pedagogiske verdier gjennom opplevelser og formidling i forbindelse med villrein og fangsthistorie.

Angående forholdet mellom bruk og vern i reiselivssammenheng, uttrykker flere av reiselivsrepresentantene at vernet ikke kan være til hinder for bruk. Dette er et litt mer liberalt enn det forvaltningssiden gir uttrykk for. Det blir også presisert blant enkelte reiselivsaktører at det er forvirrende hvordan bruken skal foregå. Denne typen synspunkt kommer også frem i

Haukeland et al. (2011) sin studie av ulike aktører tilknyttet nasjonalparkene Jotunheimen og Rondane, der lokale reiselivsinteresser frykter at for strenge restriksjoner kan virke begrensende for fremtidig reiselivsutvikling.

6.2 Hva kan oppnås gjennom samarbeid?

6.2.1 Koblinger mellom forvaltning og reiseliv

Koblinger mellom ulike interessenter (stakeholdere) og kunnskap fra flere fagområder er det som Laing et al. (2009) betegner som en postdisiplinær og multiteoretisk tilnærming, og dette er noe som bidrar til å redusere konflikter. Ved landskapsplanlegging i forbindelse med verneområder bør man ifølge Jungmeier et al. (2006) ta hensyn til både økologiske, sosiokulturelle og økonomiske aspekter. Jungmeier et al. (2006) skildrer nasjonalparker som en ryggrad for samarbeid mellom ulike aktører, der forvaltning og regional utvikling blir sett i sammenheng. Koblinger mellom ulike aktører blir også vektlagt i forhold til ulike informasjonstiltak for Reinheimen nasjonalpark, der forprosjektet ”Informasjonstiltak for Reinheimen” fra 2009- 2010, i regi av Norsk Fjellmuseum og KUR påpekte behovet for et styrket samarbeid mellom ulike informasjonsrepresentanter tilknyttet nasjonalparkforvaltningen. Et eksempel på koblinger vises gjennom det pedagogiske arrangementet ”Barske Glæder”, et samarbeid mellom naturoppsyn (SNO) og Villreinsenteret på Hjerkins på Dovrefjell. Også fra informantene tilknyttet reiseliv og aktører fra lokalt næringsliv blir det påpekt at samarbeid og en holistisk planlegging mellom reiseliv og forvaltning er essensielt for å lykkes fremover. Dette kan relateres til såkalt ”kvalitetspartnerskap”, der lokalt reiseliv blir sterkere integrert (Wilson et al., 2009), og hvor kunnskap oppstår gjennom handling mellom ulike aktører (Jamison, 2004).

Når det gjelder lokale satsinger, fremstår Skjåk-prosjektet og fiskeprosjektet ”Fjellfiske for alle” som samarbeidsområder mellom ulike aktører, der eksterne parter blir involvert (for eksempel Høgskolen i Lillehammer og NINA). Man ser også eksempler på koblinger mellom grunneiere og kommersielle tilbud, der Skjåk Almenning tilbyr hytteutleie via nettbooking. Allmenningshyttene vil i tillegg bli sentrale i forbindelse med fiskeprosjektet. I studieområdet er det også samarbeid på flere områder mellom ulike reiselivsaktører, i form av koblinger av kommersielle tilbud, noe som ble presentert under Nasjonalparkfestivalen i Skjåk kommune. Et konkret eksempel er reiselivsvirksomheten Lom & Skjåk Adventure, som har inngått samarbeid med andre reiselivsaktører i området, der det å knytte sammen ulike natur- og

kulturopplevelser står i fokus. Her legges det vekt på et bærekraftig reiseliv gjennom å koble miljøbevisste aktiviteter til lokal kultur og historier.

6.3 Hvordan kan nasjonalparkstatusen bidra til bred verdiskaping?

6.3.1 Hvilke områder fremstår som arenaer for verdiskaping?

Nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen kan beskrives som det Moranduzzo (2008) betegner som museumsparker, der det ikke er ønske om for stor ferdsel, dette i motsetning til nasjonalparker som fremstår som laboratorier for bærekraftig reiseliv. Nasjonalparkene bærer foreløpig preg av lav brukerintensitet. Enkelte av informantene påpeker mulighetene i Breheimen nasjonalpark, som utgjør et sentralt DNT-område, og hvor en forsiktig kommersialisering i randsone ved Sota kunne vært aktuelt. Reinheimen nasjonalpark blir derimot ikke vurdert som et fremtidig bruksområde blant informantene, noe som skyldes både sentrale villreinområder og at terrenget ikke er særlig egnet for naturbaserte aktiviteter. I forvaltningsplanen som omtales i bakgrunnskapittelet (kapittel 2), fastslås det også at det ikke er ønskelig med tilrettelegging for friluftsliv, men at dette heller bør forekomme i randsone og områder med eksisterende tilretteleggingstiltak. Reinheimen nasjonalpark benyttes som nevnt hovedsakelig til tradisjonelle utmarksaktiviteter, samt i forbindelse med Ålesund & Sunnmøre Turistforening sine ruter og hytter i de vestlige områdene.

Haukeland et al. (2011) har drøftet hvorvidt representanter for tradisjonelle bruksinteresser bærer preg av et mer konservativt ståsted med tanke på næringsutvikling enn eksempelvis reiselivsinteresser. I en undersøkelse fra Jotunheimen og Rondane pekes det på at aktører som representerer tradisjonelle, rurale bruksinteresser er mer bekymret for villrein enn aktører fra det lokale reiselivet (ibid.). Når det gjelder ulike syn med tanke på næringsutvikling i tilknytning til nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen, legges det vekt på hensyn til villrein og kanalisering av ferdsel fra alle informantgruppene, men som tidligere nevnt, ytrer reiselivsrepresentantene samtidig ønsker om mer tilrettelegging i form av naturvennlige aktiviteter. Spesielt blir Sota, Billingen og Grotli ansett som viktige, sentrale innfallsporter til nasjonalparkene, noe som også bidrar positivt med tanke på kanalisering av ferdsel.

6.3.2 Bruk av nasjonalparkene og besøksmotiver

I en rapport om nasjonalparker i Alpene skildrer Jungmeier et al. (2006) verneområder som ”landscapes of hope”, der naturvern og økonomisk utvikling integreres. En finsk studie (Puustinen et al., 2009) peker på at naturkarakteren i verneområder er av betydning for besøkstallet, noe som påvirker sosiale og økonomiske ringvirkninger til områdene rundt. Som følge av mindre tilretteleggingsgrad i norske nasjonalparker sammenlignet med andre land, blir parkene benyttet på andre måter i Norge. Gjennom feltarbeidet pekte informantene på at nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen brukes mest i forbindelse med tradisjonelt friluftsliv av den mer forsiktige arten, med lave besøkstall per dags dato. Det kommer likevel frem i flere av intervjuene blant reiselivsrepresentantene at det er ønskelig med mer informasjon og bedre skilting, som bidrar til større glede, sikkerhet og trygghet blant brukerne. Dette ser en også at andre norske undersøkelser trekker frem som et trekkplaster og besøksmotiv (for eksempel Haukeland et al., 2010), og blant annet fra andre nasjonalparker i ”Nasjonalparkriket”: i nasjonalparkene Jotunheimen og Rondane (Haukeland et al., 2011).

Hvordan bevisstgjøre brukerne i forhold til verneverdier og reglement?

Fra forvaltningssiden blir naturveiledning nevnt som et fremtidig satsingsområde, med vekt på natur- og kulturopplevelser for de besøkende. Et informasjonstiltak som også kan bidra til å øke bevisstheten både blant lokale og tilreisende, er den kommende satsingen ”Nasjonalparkinformasjon i butikk” ved Dønnessjøen, som har som målsetting å fokusere på holdninger, og å skape interesse og respekt for nasjonalparkene. Miljøvennlige aktiviteter og opplegg som ikke setter spor blir trukket frem blant flere av informantene, der man i fremtiden må bli flinkere til å informere de besøkende.

Opplevelser som et konkurransefortrinn

Koblinger mellom natur som merkevare og aktiviteter kan utgjøre et markedspotensiale og kan ifølge Lorentzen (2009) resultere i et konkurransefortrinn for perifere samfunn, basert på lokale, stedbundne kvaliteter. Heiberg et al. (2006) trekker frem produkter som er basert på jakt og fiske som en potensiell mulighet. Dette ser man også blir vektlagt i Skjåk kommune. For eksempel blir nasjonalparkene benyttet som kulisser for aktiviteter i forbindelse med prosjektet ”Fjellfiske for alle”, der tanken er å skape en historie rundt oppleggene som omfatter mer enn bare fiske. Målet med prosjektet er å synliggjøre Skjåk som en fiskedestinasjon, der området blir beskrevet som ”Fjellfiskeriket”, hvor man har mulighet til å fiske både i høyfjellsområder og i dalføret. En hytteundersøkelse som er utført blant hytte- og

fritidsboligeiere i Skjåk kommune viser også at interessen for jakt og fiske er stor, spesielt ser man at de som betrakter nasjonalparkenes lokalisering som viktig, er spesielt opptatte av denne typen aktiviteter (Teigen & Holmengen, 2012).

En tendens i deler av reiselivet i retning av at opplevelser og sanseinntrykk har fått økt betydning (Jacobsen & Viken, 2008; Lorentzen, 2009) gjør seg også gjeldende, hvor flere av reiselivsaktørene peker på at de besøkende ønsker å *gjøre ting*, samt å *lære gjennom å gjøre*. Eksempelvis kan dette spores i utvalgte satsingsområder i området, relatert både til naturbaserte aktiviteter i forbindelse med lokale reiselivsvirksomheter, og gjennom utvikling av en fremtidig interaktiv informasjonsportal ved Dønfoss, der målsettingen er å skape både sosiale, praktiske og sanselige opplevelser for publikum. Satsing på kunnskapsbaserte aktiviteter basert på guiding viser seg å være fengende. Dette blir påpekt av blant andre Eagles et al. (2002), som uttaler at man kan spore en sammenheng mellom reisende med høyere utdanningsnivå og etterspørsel etter friluftsbaserte aktiviteter. Her blir natur- og kulturressurser viktige verktøy i satsinger, der tilreisende ønsker om å lære om områdene, det som blir betegnet som ”learning-by-travelling”.

6.3.3 Hvilken betydning har selve nasjonalparkene for verdiskaping?

Nasjonalparker som merkevarer?

I den såkalte ”Fjellteksten” i forbindelse med St.prp.nr. 65 (2002-2003), blir det lagt vekt på at verneområder skal kunne benyttes til merkevarebygging i miljøvennlig reiselivssammenheng, så lenge ikke bruken kommer i konflikt med verneformålet. Allingham (2011) og Moilanen og Rainisto (2009) omtaler merkevarebygging eller ”branding” som et middel som i senere tid har blitt attraktivt for å fremme et steds synlighet og skape identitet og profilering av området. Man ser eksempelvis at merkevarebygging blir benyttet i forbindelse med Skjåk sin status som Norges største nasjonalparkkommune, gjennom det nasjonale prosjektet ”Nasjonalparkkommuner”. Status som nasjonalparkkommune skal være en merkevare for området, og uttrykkes i form av kvalitetskriterier, skilting og grafisk profil (Direktoratet for naturforvaltning 2011d). Fokus på Skjåk som Norges største nasjonalparkkommune har også blitt aktualisert gjennom Nasjonalparkfestivalen, som ble gjennomført i august 2011, og som trolig vil bli et årlig arrangement fremover. Videre blir

statusen benyttet i markedsføringen hos ulike reiselivsbedrifter i kommunen og i lokale prosjekter, der fokuset på 79 % vernet areal blir trukket frem.

Når det gjelder betydningen av nasjonalparkenes lokalisering for hytte- og fritidsboligeiere i Skjåk kommune, viser hytteundersøkelsen til Teigen og Holmengen (2012) at dette har minst betydning for lokale hytteeiere, mens folk fra Oslo-området er mest opptatt av dette. Dette blir også påpekt i et intervju i forbindelse med de besøkende i områdene ved Sota Sæter, hvor det kom frem at det ofte er tilreisende som går turer i Breheimen nasjonalpark, mens lokale heller holder til i hytteområdene. Enkelte informanter hevder at nasjonalparkene i seg selv ikke har noen verdi, men at det heller er fjellområder som er salgsvaren, noe som også har vært diskutert av blant andre Heiberg et al. (2006). Som tidligere nevnt i dette kapittelet, viser forskning av lokalbefolkningen preges av stor stedstilknytning. Likevel kan tenkes at lokale besøkende i nasjonalparkene legger mer vekt på selve fjellområdene enn nasjonalparkstatusen, ettersom de kjente til fjellområdene før det ble opprettet nasjonalparker her.

Med tanke på markedsføring, legger representanter fra reiselivssiden i intervjuene vekt på at det er usikkert hvor mye man kan markedsføre nasjonalparkene uten tilrettelegging og merking. Tankegangen rettes derfor mot å bruke nasjonalparkstatusen indirekte, mest i forbindelse med randsonene og dalføret, der statusen benyttes på andre måter enn i nasjonalparker som regnes som typiske besøksparke. Nasjonalparkstatusen kan ifølge Vorkinn (2008) bidra til ringvirkninger på andre områder i lokalsamfunnet, og hyttesatsing er en mulighet for å få til dette, noe også Heiberg et al. (2006) har forsket på. Når det gjelder Skjåk kommune, kan man oppnå økonomisk verdiskaping gjennom hyttesatsingen, et mål som inngår i Skjåk-prosjektet, og som også kan bidra til økt arbeidskraft og tilført kompetanse. Resultater fra hytteundersøkelsen til Teigen & Holmengen (2012) viser at de som vektlegger nasjonalparkstatusen høyest blant hytte- og fritidsboligeierne i Skjåk kommune, legger igjen mest penger, blant de som inngikk i undersøkelsen.

Randsonene

Når det gjelder potensialet for norske verneområder som mulige turistattraksjoner, viser en tidligere studie utført av Haukeland et al. (2010) at koblinger mellom ”turer og inntrykk” i nasjonalparkene, ”mat og innkvartering” i randsonene og ”stier og skilt” i nasjonalparkene blir foretrukket som kvaliteter av utenlandske turister, mens det er mer uenighet om tilretteleggingsgrad av infrastruktur og service i og omkring nasjonalparkene. Koblingene som

er gjort i studien til Haukeland et al. (2010) kan også relateres til mulige satsingsområder i Skjåk kommune, der informantene gir uttrykk for at matsatsing i randsonene langs veien kan være en mulighet. Videre blir utstillinger og formidling av lokal kultur foreslått som tiltak blant informantene når det kommer til randsoner. Man ser eksempler på både konkrete satsingsområder som eksisterer i dag og planlagte tiltak fremover. Eksempelvis forekommer det sosiale tiltak som blir tilknyttet Skjåk-prosjektet, gjennom stimerkingen i randsonene ("På tur i Skjåk") og tilrettelegging for sykkelaktiviteter, som inngår som målsetting med mål om minst 100 km merkede stier/veier innen 2015.

Bred verdiskaping?

Ward og Brown (2009) legger vekt på natur- og kulturfasiliteter som trekkplastre i utviklingen av perifere samfunn. Vern om kulturminner er et sentralt verneformål både for Breheimen og Reinheimen. I studieområdet blir villrein vurdert som en merkevare gjennom det nasjonale programmet "Villrein som verdiskaper", der opplevelser og formidling skal foregå i randsonen. Kulturhistoriske lokaliteter i forbindelse med fangsthistorie blir nevnt som et potensielt fremtidig satsingsområde, noe som kan bidra både til kulturell, sosial og økonomisk verdiskaping. Informantene hevder at dette er noe som kan fenge flere målgrupper. Kulturell verdiskaping kan komme frem gjennom bevaring av lokal identitet, i form av vedlikehold og revitalisering av lokale tradisjoner og historie, noe som ifølge Viken (2004, s. 90) kan resultere i "et postmoderne uttrykk for oppfatninger av fortiden". I tillegg kan også aktiviteter basert på lokal kultur og historie fremstå som attraktivt for tilreisende.

Høy livskvalitet inkluderes i visjonen til "Kommuneplan for Skjåk 2011-2020", som blir omtalt nærmere i bakgrunnskapittelet. Sosial verdiskaping kan oppnås dersom man lykkes med lokale målsettinger angående trivsel, integrering og fellesskapsfølelse i bygda, samt i forbindelse med bruk av turstier i randsonene, som kan bidra til økt livskvalitet. Eksempelvis blir dette presentert som en målsetting i Skjåk-prosjektet, der det legges vekt på utvikling av merkede turstier i randsonene. Økt livskvalitet fremgår også som en nasjonal målsetting i forbindelse med Friluftslivsmeldingen fra 2000-2001. Når det gjelder lokale arrangementer, blir satsinger som Nasjonalparkfestivalen nevnt blant informantene som et bidrag til sosial verdiskaping.

Det kommer frem blant informantene at man må bli flinkere til å finne opplegg og benytte nasjonalparkstempelet, der Breheimen og Reinheimen kan fungere som baktepper for

aktiviteter i randsonene som ikke setter spor. Mer bruk av veiene, samt koblinger mellom reiseliv og jakt, fiske og landbruk blir foretrukket. For å lykkes, presiserer informantene at en god hjemmeside, og mer bruk av logoer og symbolikkbruk for større synliggjøring utad er av stor betydning. Lykkes man på disse områdene, i tillegg til å skape en økonomisk og miljømessig verdiskaping, kan man snakke om det som omtales av Haukeland og Brandtzæg (2009) som en *bred verdiskaping*.

Hvilke oppfatninger har sentrale aktører når det gjelder geoturisme i området?

Som nevnt i resultatkapittelet (kapittel 5), blir geoturisme definert av National Geographic Society som ”turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kommer lokalsamfunnet til gode” (referert av Northway, 2011). Når det gjelder Skjåk kommune, virker ikke geoturisme til å være utbredt her på nåværende tidspunkt, men informantene hevder at mulighetene er der i fremtiden, dersom man er flink til å satse og bruke særpreget i området. Blant flere av informantene blir bruk av tverrfaglig kunnskap vurdert som et konkurransefortrinn, spesielt i forbindelse med lokal kunnskap og kompetanse innenfor kvartærgeologi og fangstkultur. På den andre siden kommer det frem at man ikke er flinke nok til å utnytte de potensialene som ligger der, og at dette må jobbes med fremover. Det blir presisert blant informantene at man må bli flinkere til å formidle og tenke næring. Også i kommunens visjon er målet å fremstå som en åpen og fremtidsrettet kommune med særpreget og nyskapende næringsliv. Fra reiselivsinteressene blir det påpekt at man må vurdere næringspotensialet blant de besøkende, der målsettingen blir å få de til å oppholde seg lengre i området.

7 KONKLUSJON

7.1 Hvilken betydning har nasjonalparkstatusen for verdiskaping?

For å svare på hvilken betydning nasjonalparkstatusen har for verdiskaping tilknyttet nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen, kan det sies at selve nasjonalparkene benyttes mest indirekte, som bakteppe for aktiviteter og tiltak som finner sted i randsonene og dalføret. Nasjonalparkene kan ikke betegnes som typiske besøksparker, men preges av lave besøkstall foreløpig. Det kommer frem i intervjuene at det i stor grad er primærnæringer som benytter områdene, men nasjonalparkene blir også benyttet til tradisjonelle friluftaktiviteter som fotturer, jakt og fiske. Fra forvaltningssiden er det heller ikke ønskelig med økt ferdsel i de mest sentrale villreinområdene.

7.1.1 Hvordan blir verdiskaping tilknyttet nasjonalparkene definert eller anvendt i ulike satsinger og prosjekter i Skjåk kommune?

Nasjonalparkstatusen blir benyttet av ulike reiselivsvirksomheter i Skjåk kommune. Dette kommer frem i forbindelse med markedsføring, hvor man fokuserer på kommunens status som Norges største nasjonalparkkommune, der 79 % av kommunens areal er vernet. Et prosjekt som har fokusert på vern som en vei til bygdeutvikling, er Skjåk-prosjektet, som ble avsluttet vinteren 2011. Dette prosjektet har bestått av tiltak som går ut på koblinger mellom bruk og vern. Prosjektet har hatt som målsetting å oppnå både økonomisk, kulturell og sosial verdiskaping for kommunen. Økonomisk sett har det blitt satset på å fremme Skjåk som en hyttekommune og å øke antall arbeidsplasser som er direkte knyttet til bruk og vern av utmark. Når det gjelder sosiale og kulturelle tiltak, har prosjektet fokusert på stimerking, hvor man ønsker at fremming av fysisk aktivitet skal bidra til økt livskvalitet og naturbaserte opplevelser for befolkningen.

Et annet satsingsområde er fiskeprosjektet "Fjellfiske for alle" i regi av Skjåk Almanning, som har som mål å fremme Skjåk som en fiskedestinasjon, der nasjonalparkene blir kulisser for opplevelser i forbindelse med fiskeaktiviteter. Prosjektet er ment å bidra til sosial verdiskaping både for lokalbefolkningen og tilreisende, samt er det en målsetting å oppnå

økonomisk verdiskaping som er direkte knyttet til fiske og fiskeaktiviteter. I tillegg vil prosjektet kunne bidra til miljømessig verdiskaping gjennom fiskeforvaltning.

Også i forbindelse med lokale arrangementer har det blitt fokusert på nasjonalparkstatusen. I august 2011 forekom det en prøveordning med en Nasjonalparkfestival, hvor man benyttet nasjonalparkene som profil, med en målsetting om å synliggjøre hvilke natur- og kulturopplevelser som Skjåk kommune har å tilby gjennom verneområdene. I dette tilfellet ble hele kommunen benyttet til diverse konkurranser og opplegg, blant annet i forbindelse med fisk- og vannaktiviteter. Tanken er at dette skal bli et årlig arrangement i årene fremover.

Den siste satsingen som blir presentert, er informasjonstiltak tilknyttet nasjonalparkene, hvor det er planlagt å starte opp med ”Informasjon i butikk” ved Dønfoss i løpet av sommeren 2012. Målsettingen med denne satsingen er å bidra til både sanselige, sosiale og praktiske opplevelser, der interaktiv læring skal øke interessen og respekten for nasjonalparkene. Tanken er at man skal heve kunnskapsnivået om relasjoner mellom mennesker og natur.

7.1.2 Hvilke oppfatninger har sentrale aktører av verdiskaping, sett i forhold til ulike bruks- og verneinteresser?

Når det kommer til hvordan forholdet mellom bruk og vern oppfattes fra ulike hold, viser resultatene fra intervjuene at det ikke har oppstått store konflikter i områdene, men det blir sagt at de konfliktene som har oppstått, i stor grad har omhandlet villrein. Fra forvaltningssiden og grunneiere blir det uttalt at det ikke er ønskelig at nasjonalparkene skal fremstå som bruksparker. Fra deres ståsted legges det vekt på en ”hands-off”-tankegang og en økosentrisk holdning. Her gjør spesielt ”amenity”-verdier seg gjeldende i forbindelse med vern av biologisk mangfold og hensyn til villrein, men på den andre siden blir det påpekt at det ligger muligheter for forsiktig, naturvennlig reiselivsutvikling i randsoner og tilgrensende landskapsverneområder til Breheimen nasjonalpark. Det blir også presisert at man bør satse mer på naturveiledere fremover. Fra reiselivsrepresentantene blir det derimot uttrykt at vernereglementet ikke må bli for strikt, og at man må ha mulighet til å kunne bruke områdene, der nasjonalparkene ikke kan fremstå som hinder for naturopplevelser. Her kommer det frem et mer liberalt syn, preget av et mer antroposentrisk og bruksorientert verdisyn, hvor også økonomisk verdiskaping og forvaltning med hensyn til menneskelige behov, står sentralt. Reiselivsaktører uttrykker ønsker om utvikling av kommersielle tilbud og aktiviteter som ikke

setter spor, men samtidig er aktørene bevisste på hensyn til villrein. Enkelte reiselivsinteressenter presiserer også at tilrettelegging i form av stimerking og skilting, vil bidra til økt sikkerhet og trygghet blant besøkende i nasjonalparkene.

Flere aktører fra ulike hold uttaler at man må se og utnytte de mulighetene som ligger der, hvor mer samarbeid mellom ulike aktører fremover må til for å lykkes, for eksempel gjennom å integrere reiseliv og landbruk, eller reiseliv og grunneiere. Fra lokale næringsaktører og reiselivsinteresser blir det påpekt at verdiskaping langs veien er en mulighet, hvor man for eksempel fokuserer på matsalg i et samarbeid mellom forvaltning og reiseliv. Et annet forslag er å benytte sentrale knutepunkter langs veiene i forbindelse med formidling av lokal historie og kulturelle verdier. Flere av informantene påpeker at man har flere lokale fortrinn som kan benyttes for å oppnå økt verdiskaping, men det blir sagt at dette må det jobbes med mer fremover gjennom at man blir flinkere til å synliggjøre hva man har å tilby, hvor fokuset på nasjonalparkkommune-statusen bør benyttes mer.

7.1.3 Refleksjon rundt studiens bidrag og begrensninger

I denne studien har jeg ved hjelp av kvalitativ metodebruk sett på ulike bruksinteresser og perspektiver på verdiskaping tilknyttet nasjonalparker. Studien går hovedsakelig inn på aktører som representerer bruksinteresser mer enn verneinteresser. Årsaken til dette er at jeg ville undersøke hvordan nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen kunne bidra til økonomisk, sosial og kulturell verdiskaping for lokalt næringsliv og reiseliv, der jeg tok utgangspunkt i ulike satsinger og prosjekter i Skjåk kommune. I studien blir vektlagte landskapsverdier blant informantene koblet til ulike bruksinteresser, der informantene uttrykker interesse for både bruksorienterte verdier og ikke-økonomiske ”amenity”-verdier tilknyttet nasjonalparkene. Gjennom feltarbeidet viste det seg at det ikke er store konflikter mellom aktørene som er intervjuet. Resultatet kunne muligens vært annerledes dersom jeg hadde inkludert flere informanter, eksempelvis utvidet til flere innen reiseliv og annen næring, frivillige lag og foreninger som bruker nasjonalparkene, eller gjort intervjuer også utenfor lokalsamfunnet (for eksempel med forvaltningen på fylkesnivå). Her har jeg imidlertid gjort en avgrensning til et utvalg lokale aktører. I fremtidig forskning kan det være interessant å trekke inn flere aktører i en lignende studie (kanskje med et større fokus på verneinteresser), videre å se om verdiorienteringer endrer seg ved eventuelle samfunns- og landskapsendringer.

LITTERATURLISTE

- Allan, M. S. (2007). Place Branding. *The Journal of the Medinge Group*, vol. 1(1). 14. august 2007.
http://medinge.org/journal/wp-content/uploads/2007/08/place-branding_allan.pdf, lastet ned 26.11.11
- Allingham, P. (2011). Biler, branding og byudvikling i oplevelsesøkonomisk perspektiv. I: Lorentzen, A. og Smidt-Jensen, S. *Planlægning i oplevelsessamfundet*. Aarhus Universitetsforlag, Aarhus.
- Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet (2009). Ny politisk plattform for flertallsregjeringen 2009-2013. Soria Moria, 7. oktober 2009.
- Blunt, A. (2009). Geography and the Humanities Tradition. I: Clifford, Nicholas J., Holloway, Sarah L., Rice, Stephen P. & Valentine, Gill (Eds.). *Key Concepts in Geography*. Second edition. London, Sage Publications, 66-82.
- Buijs, A. E. (2009). Lay people's images of nature: frameworks of values, beliefs and value orientations. *Society and Natural Resources*, 22(5), 417-432.
- Christensen, A. G. (1999). Turisten som miljøbevidst (for)bruger. I: *Ledelse & erhversøkonomi*, 63(2), 1999, 113-128.
- Clifford, N. J. og Valentine, G. (2003a). Getting Started in Geographical Research: how this book can help. I: Clifford, N J. og Valentine, G. *Key Methods in Geography*. First edition, Sage Publications, London. 1-14.
- Clifford, N. J. og Valentine, G. (2003b). Glossary. I: Clifford, N J. og Valentine, G. *Key Methods in Geography*. First edition, Sage Publications, London. 551-560.
- Crang, M. og Cook, I. (2007). *Doing ethnographies*. Sage: London.
- Dagbladet* (2007). Slik skal vi selge oss i utlandet. Skrevet av Byfuglien, H. H. og Morset, T., 30. oktober 2007.
<http://www.dagbladet.no/dinside/2007/11/29/519713.html>, lastet ned 09.11.11
- Direktoratet for naturforvaltning (2011a). Sentrale stortingsmeldinger om miljøvern.
<http://www.dirnat.no/naturmangfold/verneomrader/stortingsmeldinger/>, lastet ned 02.11.11.
- Direktoratet for naturforvaltning (2011b). Norges nasjonalparker.
<http://www.dirnat.no/nasjonaltparker/>, lastet ned 25.10.11.
- Direktoratet for naturforvaltning (2011c). Verdiskaping.
<http://www.dirnat.no/verdiskaping/>, lastet ned 07.11.11.

Direktoratet for naturforvaltning (2011d). Nasjonalparkkommuner.

<http://www.dirnat.no/friluftsliv/reiseliv/nasjonalparker/nasjonalparkkommuner/>, lastet ned 03.11.11.

Direktoratet for naturforvaltning (2011e). Nasjonalparklandsbyer.

<http://www.dirnat.no/friluftsliv/reiseliv/nasjonalparker/nasjonalparklandsbyer/>, lastet ned 24.01.12

Direktoratet for naturforvaltning (2011f). Villreinen som verdiskaper

<http://www.dirnat.no/content/500041369/Villreinen-som-verdiskaper>, lastet ned 11.12.11

Direktoratet for naturforvaltning (2010). Reinheimen nasjonalpark.

<http://www.dirnat.no/content/500040883/Reinheimen-nasjonalpark>, lastet ned 05.11.11

Direktoratet for naturforvaltning (2009a). Frå evig is til frodige stølsdalar.

<http://www.dirnat.no/nasjonalparker/breheimen/>, lastet ned 14.11.11

Direktoratet for naturforvaltning (2009b). Naturarven som verdiskaper – Et verdiskapingsprogram for naturarven.

<http://www.dirnat.no/multimedia/44944/Endelig-programplan-verdiskapingsprogram.pdf&contentdisposition=attachment>, lastet ned 07.11.11.

Direktoratet for naturforvaltning (2008). *Områdevern og forvaltning*. DN-håndbok 17-2008 (revidert 2010). Kapittel 1-2.

<http://www.dirnat.no/content/1191/Omradevern-og-forvaltning>, lastet ned 27.10.11.

Direktoratet for naturforvaltning (2006). Villmark med veidemannsspor.

<http://www.dirnat.no/nasjonalparker/reinheimen/>, lastet ned 05.11.11.

Dowling, R. 2000. Power, subjectivity and ethics in qualitative research. I Hay, I. (ed.) *Qualitative research in human geography*. Oxford University Press. 23-36.

Dutcher, D. D., Finley, J. C., Luloff, A. E. og Johnson, J. B. (2007). Connectivity With Nature as a Measure of Environmental Values, *Environment and Behavior*, Vol 3 (4), 474-493.

Eagles, P. F.J. (2002) Trends in Park Tourism: Economics, Finance and Management, *Journal of Sustainable Tourism*, 10(2), 132-153.

Eagles, P. F.J., McCool, S. F. og Haynes, C. D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. Gland, Switzerland and Cambridge, UK: World Conservation Union.

- Finansdepartementet (2009). NOU 2009: 16. *Globale miljøutfordringer – norsk politikk*.
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/dok/nouer/2009/nou-2009-16/3.html?id=576346>, lastet ned 04.11
- Finansdepartementet (2002-2003). St.prp. Nr. 65 (2002-2003). *Tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet medregnet folketrygden 2003*.
- Haines-Young, R. (2009). Nature: An Environmental Perspective. I: Clifford, Nicholas J., Holloway, Sarah L., Rice, Stephen P. & Valentine, Gill (Eds.). *Key Concepts in Geography*. Second edition. London, Sage Publications, 312-328.
- Haukeland, J. V., Daugstad, K. og Vistad, O. I. (2011). Harmony or Conflict? A Focus Group Study on Traditional Use and Tourism Development in and around Rondane and Jotunheimen National Parks in Norway. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11 (sup1), 13-37.
- Haukeland, J. V., Grue, B. og Veisten, K. (2010). Turning National Parks into Tourist Attractions: Nature Orientation and Quest for Facilities. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 248-271.
- Haukeland, P. I. og Brandtzæg, B. A. (2009). *Den brede verdiskapingen: Et bærekraftig utviklingsperspektiv på natur- og kulturbasert verdiskaping*. TF-notat nr.20/2009, 57 sider. Telemarkforskning, Bø i Telemark.
- Heiberg, M.M., Christensen, H. M., Haaland, H. og Aas, Ø. (2006). Muligheter for næringsutvikling i og rundt verneområder -med fokus på jakt, fiske og hytter. NINA Rapport 142. Oslo: Norsk institutt for naturforskning.
- Heiberg, M. M., Christensen, H. M. og Aas, Ø. (2005). Turisme i verneområder. Forprosjekt. NINA Rapport 87. Lillehammer: Norsk institutt for naturforskning.
- Jacobsen, J. K. S. og Viken, A. (red.) (2008). I: Jacobsen, J. K. S. og Viken, A. (red.). *Turisme. Fenomen og næring* (3. utgave, 2. opplag 2011). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Jamison, A. (2004). Memories of ESSENCE: Reflections on Environmental Higher Education in Europe, *Environmental Sciences*, 1(3), 238-253.
- Jones, M. (2009). Analysing landscape values expressed in planning conflicts over change in the landscape. I Van Eetvelde, Sevenant og Van de Velde (eds.) *Re-Marc-able Landscapes – Marc-ante Landschaften*. Liber Americum Marc Antrop, Academia Press, s. 193-205.
- Jones, M. (1993). Landscape as a resource and the problem of landscape values. *The Politics of Environmental Conservation: Proceedings from a Workshop in Trondheim March 26, 1993* (eds. C. Rusten & H. Wøien, The University of Trondheim, Centre for Environment and Development (SMU), Report no. 6/96, 19-33.

Jungmeier, M., Kohler, Y., Ossola, C., Plassmann, G., Schmidt, C., Zimmer, P. og Zollner, D. (2006). Protected Areas: Can large protected areas be instruments of sustainable development and at the same time suitable instruments for protecting natural diversity? Report of Project Question 3. CIPRA, Future in the Alps.

Kommunal- og regionaldepartementet (2004-2005). St.meld. nr. 25 (2004-2005) *Om regionalpolitikken*.

Kortenkamp, K. V. og Moore, C. F. (2001). Ecocentrism and antropocentrism: Moral reasoning about ecological commons dilemmas. *Journal of Environmental Psychology*, 21. 1-12.

Laing, J. H., Lee, D., Moore, S. A, Wegner, A. og Weiler, B. (2009). Advancing conceptual understanding of partnerships between protected area agencies and the tourism industry: a postdisciplinary and multi-theoretical approach, *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 207-229.

Landbruks- og matdepartementet (2007). Ta landet i bruk! Landbruks- og matdepartementets strategi for næringsutvikling 2007-2009.

Lorentzen, A. (2009). Cities in the Experience Economy, *European Planning Studies*, 17(6), 829-845.

Lovdata (2008). *LOV 2008-06-27 nr 71: Lov om planlegging og byggesaksbehandling (plan- og bygningsloven)* <http://www.lovdata.no/all/hl-20080627-071.html>, lastet ned 07.11.11.

Lundberg, A. (1991). Frå punktfredning til drivhuseffekt. Naturvernomgrepet si historiske utvikling, del 1.2. *Natur*, 1, 10-19, og *Natur*, 2, 56-66.

Manning, R., Valliere, W., og Minter, B. (1999). Values, Ethics, and Attitudes Toward National Forest Management: An Empirical Study, *Society & Natural Resources: An International Journal*, 12(5), 421-436.

McCool, S. F. (2009). Constructing partnerships for protected area tourism planning in an era of change and messiness, *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 133-148.

Miljøverndepartementet (2010). Regionale planer for villrein fjellene. http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/tema/planlegging_plan-_og_bygningsloven/regional_planlegging/regionale-planer-for-villrein.html?id=600984, lastet ned 10.11.11

Miljøverndepartementet (2009a). Breheimen nasjonalpark opprettet. Pressemelding 07.08.2009. <http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/pressesenter/pressemeldinger/2009/breheimen-nasjonalpark-opprettet.html?id=573103>, lastet ned 02.12.11

Miljøverndepartementet (2009b). *Lov 2009-06-19 nr 100: Lov om forvaltning av naturens mangfold (naturmangfoldloven)*

http://www.regjeringen.no/nb/dok/lover_regler/lover/naturmangfoldloven.html?id=570549, lastet ned 27.10.11.

Miljøverndepartementet (2006-2007). St.meld.nr.26. *Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand.*

Miljøverndepartementet (2006a). *Handlingsplan for bærekraftig bruk, forvaltning og skjøtsel av verneområder.*

Miljøverndepartementet: Oslo/Trondheim.

Miljøverndepartementet (2006b). Den europeiske landskapskonvensjonen. CETS NO. 176.

http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/tema/planlegging_plan-_og_bygningsloven/landskapskonvensjonen.html?id=410080, lastet ned 08.11.11.

Miljøverndepartementet (2006c). Konsekvensutredninger. Ny forskrift om konsekvensutredninger – veiledning.

http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/tema/planlegging_plan-_og_bygningsloven/konsekvensutredninger.html?id=410042, lastet ned 15.02.12

Miljøverndepartementet (2004-2005). St.meld. nr. 21 (2004-2005). *Regjeringens miljøvernpolitikk og rikets miljøtilstand.*

Miljøverndepartementet (2004). *NOU 2004:8. Lov om bevaring av natur, landskap og biologisk mangfold (Naturmangfoldloven)*

<http://www.regjeringen.no/Rpub/NOU/20042004/028/PDFS/NOU200420040028000DDDPDFS.pdf>, lastet ned 08.11.11.

Miljøverndepartementet (2000-2001). St.meld. nr. 39 (2000-2001). *Friluftsliv – Ein veg til høgare livskvalitet.*

Moilanen, T. og Rainisto, S. (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations. A Planning book for Place Branding.* Palgrave MacMilla. E-book.

<http://www.scribd.com/doc/46261254/How-to-Brand-Nations-Cities-and-Destinations>, lastet ned 26.11.11

Moranduzzo, M. (2008). Comparing Adamello Brenta Natural Park (Italy) and Jotunheimen National Park (Norway): Innovations and best practices. Østlandsforskning rapport 14/2008.

Nepal, S. K. (2008). Residents' Attitudes to Tourism in Central British Columbia, Canada, *Tourism Geographies*, 10(1), 42-65.

Northway (2011). Geoturisme.

<http://www.northwaytravel.com/geoturisme.html>, lastet ned 14.11.11.

Næringslivets Hovedorganisasjon (2011). Bærekraftig reiseliv.

<http://www.nhoreiseliv.no/baerekraftig-reiseliv/category660.html>, lastet ned 14.11.11.

Nærings- og handelsdepartementet (2009). *Verdifulle opplevelser*. Statusrapport – Nasjonal strategi for reiselivsnæringen.

Nærings- og handelsdepartementet (2007). *Verdifulle opplevelser*. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen.

Pan, S. og Ryan, C. (2007). Mountain Areas and Visitor Usage—Motivations and Determinants of Satisfaction: The Case of Pirongia Forest Park, New Zealand, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), 288-308.

Parknytt (2011). Nasjonal satsing etablerer park som ny modell for lokalt og regionalt utviklingsarbeide. Stor betydning for lokal bygdeutvikling og verdiskaping. 29. august, 2011.

<http://parknytt.wordpress.com/2011/08/29/nasjonal-satsing-etablerer-park-som-ny-modell-for-lokalt-og-regionalt-utviklingsarbeide-stor-betydning-for-lokal-bygdeutvikling-og-verdiskaping/>, lastet ned 11.11.11

Phillips, A. (2002). *Management Guidelines for IUCN Category V Protected Areas: Protected Landscapes/Seascapes*. IUCN Gland, Switzerland and Cambridge, UK. xv + 122 sider.

Puustinen, J., Pouta, E., Neuvonen, M. og Sievänen, T. (2009): Visits to national parks and the provision of natural and man-made recreation and tourism resources, *Journal of Ecotourism*, 8(1), 18-31.

Riksantikvaren (2007). Vestnorsk fjordlandskap.

http://www.riksantikvaren.no/Norsk/Tema/Verdensarv/Vestnorsk_fjordlandskap, lastet ned 23.03.12

Silverman, D. (2007). *A very short, fairly interesting and reasonably cheap book about about Qualitative Research*, SAGE: London.

Sletvold (2004). Turismeutvikling og bærekraftens politiske tøyelighet. I: Viken, A. (red.). *Turisme. Miljø og utvikling* (1. utgave, 1. opplag 2004). Gyldendal Norsk Forlag AS, Oslo.

Smidt-Jensen, S. og Lorentzen, A. (2011) Planlægning i oplevelsessamfundet. I: Lorentzen, A. og Smidt-Jensen, S. *Planlægning i oplevelsessamfundet*. Aarhus Universitetsforlag, Aarhus.

Solheim, E. (2011). Lokal forvaltning. Kronikk i *Gudbrandsdølen Dagingen*, 11. april 2011, s. 2.

Svardal, S., Bjørnstad, K. og Clemetsen, M. (2008). Regionalpark som utviklingsstrategi. En introduksjon. TF-notat 16/2008

Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Snelgar, R. og Furnham, A. (2010). Egoistic, altruistic, and biospheric environmental concerns: A path analytic investigation of their determinants. *Scandinavian Journal of Psychology*, 51, 139–145.

Thagaard, T. (2003). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. 2. utgave, Bergen: Fagbokforlaget.

Van der Duim, V.R. (2005). *Tourismscapes: An actor-network perspective on sustainable tourism development*. Wageningen, Wageningen University Press.

Viken, A. (2004). I: Viken, A. (red.). *Turisme. Miljø og utvikling*. Gyldendal Norsk Forlag AS, 1. utgave, 1. opplag.

Vorkinn, M. (2008). Potensialet for økonomisk verdiskaping ved etablering av Fulufjellet nasjonalpark. NINA Rapport 422. Lillehammer: Norsk institutt for naturforskning.

Ward, N. og Brown, D. L. (2009). Placing the Rural in Regional Development, *Regional Studies*, 43(10), 1237-1244.

Wilson, E., Nielsen, N. og Buultjens, J. (2009) From lessees to partners: exploring tourism public—private partnerships within the New South Wales national parks and wildlife service, *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 269-285.

Aas, Ø., Vistad, O.I., Dervo, B., Eide, N.E., Kaltenborn, B.P., Haaland, H., Andersen, O., Svarstad, H., Skår, M. og Nellemann, C. (2003). Bruk og forvaltning av nasjonalparker i fjellet (NINA Fagrapport nr. 72). Trondheim: Norsk institutt for naturforskning.

Lokalt/ regionalt bakgrunnsstoff:

Bilstad, B. (2011). Fiskeprosjektet i Skjåk Almending. Foredrag på høstkonferanse for Reinheimen nasjonalpark, Bjorli, september 2011.

<http://www.reinheimen.no/1638.97.Haustkonferansen.html>, lastet ned 11.12.11

Fylkesmannen i Oppland og Fylkesmannen i Sogn og Fjordane (2010). Framlegg til forvaltningsplan for Breheimen nasjonalpark med tilgrensande verneområde. Versjon 22. desember 2010, 77 sider.

http://www.fylkesmannen.no/Forvaltningsplan_FramleggTilDN22des2010_sHu5-.pdf.file, lastet ned 14.11.11.

iSkjåk.no (2010). Brosjyren ”På tur i Skjåk”, skrevet av Dalen, B., Forberg, S. og Kielland, M.

http://issuu.com/iskjak/docs/p__tur_i_skj_k, lastet ned 14.11.11

Kontaktutvalget for Reinheimen (2011a). Reinheimen – årsmelding 2010. 9 sider.

<http://www.reinheimen.no/file=3486>, lastet ned 05.11.11

Kontaktutvalget for Reinheimen (2011b). Miljøstatus for Reinheimen. Vedlegg til årsmelding 2010.

<http://www.reinheimen.no/file=3485>, lastet ned 05.11.11.

Kontaktutvalget for Reinheimen (2010). Forvaltningsplan for Reinheimen. Mars 2010.

<http://www.reinheimen.no/1893.1891.Forvaltningsplan.html>, lastet ned 14.11.11

Kontaktutvalget for Reinheimen (2009). Informasjonsplan for Reinheimen. Mars 2010.

www.reinheimen.no/file=706, lastet ned 14.11.11

Lom & Skjåk Adventure (2011). Aktiviteter til vanns og til lands.

<http://www.lsadventure.no/>

Norsk Fjellmuseum (2010). Informasjonstiltak for Reinheimen nasjonalpark.

<http://www.fjell.museum.no/reinheimen/informasjontiltak-for-reinheimen.html>, lastet ned 09.12.11

Regionrådet for Nord-Gudbrandsdal (2009). Omtale om Nasjonalparkriket

<http://www.nord-gudbrandsdal.no/Default.asp?WCI=DisplayGroup&WCE=147&DGI=147>, lastet ned 06.01.12

Skjåk Almenning (2011). Fiske.

<http://www.skjak-almenning.no/jakt-og-fiske/fiske.html>, lastet ned 09.12.11

Skjåk Almenning (2009). Geografi og natur.

<http://www.skjak-almenning.no/index.php/om-oss-meny-4/geografi-og-natur-meny-5.html>, lastet ned 14.11.11

Skjåk Arrangement (2011). Nasjonalparkfestivalen.

www.nasjonalparkfestivalen.no

Skjåk kommune (2011a). Kommuneplan for Skjåk 2011-2020, 57 sider.

http://skjaak.kommune.no/asset/7490/1/7490_1.pdf, lastet ned 14.11.11

Skjåk kommune (2011b). Rapport om naturovervåking i Skjåk 2010.

<http://www.reinheimen.no/4077.Rapport-om-naturovervaking-i-Skjak-2010.html>, lastet ned 14.11.11

Skjåk kommune (2011c). Skjåkprosjektet – vern som bygdeutvikling.

<http://skjaak.kommune.no/index.gan?id=8681&subid=0&profile=0>, lastet ned 11.12.11

Skjåk kommune (2011d). Prosjektplan. "Utvikling i Skjåk kommune 2010-2011". Delprosjekt 1 – Skjåk-prosjektet. Januar 2011. 14 sider.

Skjåk kommune (2011e). Saksframlegg i Formannskapet. Arkivsak 2011/970-2. Arkiv 223. Søknad om midlar frå næringsfondet – Hytteundersøkinga. Saksnr. 122. Saksbehandler Ivar Brandsarbakken. 06.11.11.

Skjåk-prosjektet (2012). Skjåk-prosjektet i 2011. Foreløpig sluttrapport.

Skjåk-prosjektet (2010). Statusrapport fra året 2010.

Sperstad, K. E. (2011). Skjåk nasjonalparkfestival. Foredrag på konferanse for nasjonalparkkommuner, Hell, 18. november 2011.

Teigen, H. og Holmengen, H. (2012). Fritidshus i Skjåk. Kjenneteikn og moglege strategiar. Foreløpig utkast april 2012.

Vorkinn, M. (2002). Lokal tilhørighet, bruk og synspunkter på framtidig forvaltning av Reinheimenområdet. ØF-rapport nr. 09/2002. Østlandsforskning, Lillehammer.

Figurer:

Figur 1: Oversikt over nasjonalparkene innenfor Skjåk kommune. Skjåk kommune (2012).

Figur 2: Kartutsnitt over Reinheimen. Direktoratet for naturforvaltning (2010).

<http://www.dirnat.no/content/500039975/Kart-og-verneforskrift>, lastet ned 28.12.11

Figur 3: Kartutsnitt over Breheimen. Direktoratet for naturforvaltning (2010)

<http://www.dirnat.no/content/500039956/Kart-og-verneforskrift>, lastet ned 28.12.11

Figur 4: Logo for nasjonalparkkommuner. Direktoratet for naturforvaltning (2010).

<http://profilbank.dirnat.no/verneomraader/nasjonalparkkommune-og-landsby/logo-nasjonalparkkommune/skjaak-nasjonalparkkommune/>, lastet ned 04.01.12

Tabeller:

Tabell 1: Oversikt over vernet areal i Norge. Direktoratet for naturforvaltning (2011).

<http://www.miljostatus.no/no/Tema/Naturmangfold/Vernet-natur/Vernet-areal-Norge/>, lastet ned 19.04.12

VEDLEGG

Vedlegg 1: Utdrag fra intervjuguidene

Spørsmål som ble stilt til alle informantene:

Bruk og vern

1. Hvordan vurderer du situasjonen i forhold til tilrettelegging og tilgjengelighet med tanke på rekreasjon og reiseliv?
2. Hvilke aspekter ved verneområdene ser du som utfordrende (balansen mellom bruk og vern, bruk og bruk), og hvilke områder betraktes som arena for muligheter (verdiskapning)?
3. Balansen mellom urørt natur og bruk/kulturelle innslag – hvordan oppfatter du brukernes bevisstgjøring og kunnskap angående verneområdene?

Næringsutvikling

1. På hvilke måter vil du si at nasjonalparkstatusen blir anvendt i Skjåk kommune, som ressurs for lokal verdiskapning?
2. Hvilke ringvirkninger vil du si at Breheimen og Reinheimen har for Skjåk kommune?

Øvrige spørsmål

3. Vil du si at Skjåk preges av et naturbasert/moderne reiseliv, eller en mer tradisjonell tankegang?
4. Hva forstår du med betegnelsen geoturisme?
5. Vil du definere Skjåk kommune som et område preget av geoturisme (helhetlig stedsutvikling)?

Lokal nasjonalparkforvaltning:

Verneprosesser:

1. Hvor lenge har verneprosessene pågått?
2. Hvordan er forvaltningen av parkene lagt opp?
3. Hva vil du si er de største fordelene og utfordringene ved en lokal forvaltningsmodell?

Nasjonalparkene:

4. Hvordan overvåkes området i dag?
5. Er det store kontraster mellom nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen?
6. Er det sett som en fordel å ha lavere besøkstall enn Jotunheimen nasjonalpark?
(Med tanke på urørt natur og dyreliv)

Eiendomsforhold:

7. Hvilken betydning har Skjåk Allmenning, som den dominerende grunneieren, hatt for vernesituasjonen?

Samarbeid:

8. Har det oppstått noen konflikter i forbindelse med verneprosesser, enten interkommunalt eller mellom lokale og eksterne aktører? (Evt. mellom erfaringsbasert og vitenskapelig kunnskap)
9. Hvordan vil du beskrive engasjementet hos lokalbefolkningen?
10. Hvordan fungerer samarbeidet mellom kommunene tilknyttet verneområdene?

Lokalt næringsliv og representanter fra kommunal forvaltning:

Skjåk-prosjektet

1. På det nåværende tidspunkt, hvor mange arbeidsplasser i den kommunale administrasjonen er tilknyttet bruk og vern av utmark i Skjåk kommune? (Jfr. mål 1)
2. Har nasjonalparkstatusen påvirket utviklingen av hytte- og fritidsboliger (Jfr. mål 2)?
3. Hvordan er dagens utvikling angående det fremtidige målet om en komplett infrastruktur for opplevelser og bruk av randsonene til verneområdene (stier, skiløyper, fiskeplasser)? (Jfr. mål 3)
4. Hvordan er dagens status for oppfølging av Skjåk-prosjektet?

Fiskeprosjektet ”Fjellfiske for alle”

1. I hvilke forbindelser benyttes nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen til aktiviteter i forbindelse med prosjektet?
2. Benyttes det en egen utviklingsstrategi basert på stedsegne kvaliteter, eller preges tilbudene av inspirasjon fra andre steder?
3. I hvilke grad markedsføres prosjektet?
4. Kan du si noe om framtidsplanene for fiskeprosjektet?

Informasjonstiltak tilknyttet parkene

Spørsmål angående brukerne

1. Er lokalbefolkningen flinke til å ta vare på naturarven?
2. Vil du si at lokalbefolkningen tar mer hensyn enn tilreisende, eller omvendt?
3. Hvem er de aktive brukerne? (kjønn, alder, lokale vs. besøkende)
4. I hvilken grad aktiviseres kulturhistorien i området i markedsføring? (både muntlig historie, fysiske kulturminner osv.) (Blir kulturminnehistorier benyttet som et konkurransefortrinn?)
5. Hvor fornøyde virker besøkende med tilbudene?

Øvrige spørsmål angående lokal næringsutvikling og kommunal forvaltning:

1. Oppfattes vern som hinder eller mulighet for næringsutvikling i Skjåk?
2. Hva bidrar til å sikre kommunens synlighet?
3. Hvordan fungerer samarbeidet mellom kommunene tilknyttet verneområdene?
4. Har det oppstått noen konflikter i forbindelse med verneprosesser, enten interkommunalt eller mellom lokale og eksterne aktører? (Evt. mellom erfaringsbasert og vitenskapelig kunnskap)

Villrein som verdiskaper og regionale villreinplaner:

1. Angående det nasjonale programmet ”Naturarven som verdiskaper”, hvilke betydning har dette prosjektet for lokal bygdeutvikling og næringslivet?
2. I hvilken grad aktiviseres kulturhistorien i området i markedsføring? (både muntlig historie, fysiske kulturminner osv.) (Blir kulturminnehistorier benyttet som et konkurransefortrinn?)

3. Hvordan fungerer innføringen av regionale villreinsplaner per dags dato?

Lokal reiselivsorganisering og naturbaserte reiselivsinteresser i randsone

Nasjonalparkstatusens betydning i reiselivssammenheng:

1. I hvilke forbindelser benyttes nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen til deres tilbud og aktiviteter?
2. Hva vil de tilreisende oppleve i parkene? (Naturen i seg selv, naturbaserte aktiviteter eller kulturelle verdier?)
3. Blir bruken påvirket av vernet?
4. Oppfattes vern som hinder eller mulighet for reiselivsnæringen i Skjåk?
5. Har besøkstallene økt som følge av nasjonalparkstatusen?
6. Kan lavere besøkstall sammenlignet med Jotunheimen gagne Breheimen og Reinheimen ved at områdene fremstår som mer uberørte?

De besøkende:

7. Hvor høye er besøkstallene, og er det store kontraster mellom sommer- og vintersesonger?
8. Hvor stor andel av turistene vil du definere som naturbaserte turister? Hvem utgjør den største brukergruppen? (Alder, kjønn, nasjon etc.)
9. Hvor fornøyde virker besøkende med tilbudene?
10. Hvor fornøyde virker besøkende med informasjon, tilrettelegging og tilgang tilknyttet parkene?

Markedsføring og strategier:

11. Benyttes stedsegne kvaliteter i stor grad, eller baseres tilbudene på inspirasjon fra andre steder?
12. I hvilken grad markedsføres aktiviteter tilknyttet parkene? Eventuelt, blir nasjonalparkstatusen benyttet i markedsføring?
13. I så fall hvordan fungerer nasjonalparker som markedsføring for reiselivstilbud? (Nasjonalt/ Internasjonalt)

Grunneiere og landbruksrepresentanter:

Eiendomsforhold og verneprosesser:

1. Hvilken betydning har Skjåk Almenning, som den dominerende grunneieren, hatt for vernesituasjonen?
2. Har det oppstått konflikter mellom utbyggingsinteresser og villreinens beiteområder? Eller i forhold til større ferdsel og kanalisering?

Landbruk

1. Hvordan ser du verneprosesser i forhold til tilrettelegging og tilgjengelighet med tanke på landbruk?
2. I hvor stor grad forekommer det beite innenfor nasjonalparkene Breheimen og Reinheimen?
3. Blir bruken påvirket i stor grad av vernet?
4. Hva har en lokal forvaltningsmodell å si for landbruksnæringen?
5. Har det oppstått konflikter mellom landbruket i kommunen og verneområdene?
6. Kan du vise til eksempler på eksisterende lokale koblinger mellom landbruk og reiseliv i Skjåk kommune?