

HiT skrift nr 1/2008

Fotomotivundersøkelsen på Geilo, Hovden og i Rauland 2007

Ragnar Prestholdt

Avdeling for allmennvitenskapelige fag (Bø)

**Høgskolen i Telemark
Porsgrunn 2008**

HiT skrift nr 1/2008
ISBN 978-82-7206-283-4 (trykt)
ISBN 978-82-7206-284-1 (online)
ISSN 1501-8539 (trykt)
ISSN 1503-3767 (online)

Serietittel: *HiT skrift* eller *HiT Publication*

Høgskolen i Telemark
Postboks 203
3901 Porsgrunn
Telefon 35 57 50 00
Telefaks 35 57 50 01
<http://www.hit.no/>

Trykk: Kopisenteret. HiT-Bø

© Forfatteren/Høgskolen i Telemark

Det må ikke kopieres fra rapporten i strid med åndsverkloven og fotografiloven, eller i strid med avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorganisasjon for rettighetshavere til åndsverk

FORORD

Høgskolen i Telemark fikk i mai 2007 i oppdrag av Innovativ Fjellturisme/Innovasjon Norge å gjennomføre en fotomotivundersøkelse på fjelldestinasjonene Geilo, Hovden og Rauland.

Deltakerne i undersøkelsen fikk utlevert et engangskamera med beskjed om å velge motiv, fortrinnsvis i det bebygde landskapet, som var særlig attraktive eller særlig skjjemende for landskapskvaliteten. I tillegg besvarte de et spørreskjema.

Undertegnede har hatt ansvaret for undersøkelsen og skrevet denne rapporten.

Jeg vil rette en takk til kollegene Per Isaksen, Nils Per Hovland, Hans Petter Høie og Svein Hjelmås for nyttige bidrag i forbindelse med prosjektarbeidet. Undertegnede står imidlertid fullt og helt ansvarlig for innholdet i rapporten.

Bø i februar 2008

Ragnar Prestholdt
prosjektleder

SAMMENDRAG

BAKGRUNN

I mai 2007 fikk Høgskolen i Telemark i oppdrag av Innovativ Fjellturisme/Innovasjon Norge å gjennomføre en fotomotivundersøkelse på destinasjonene Geilo, Hovden og Rauland. Arbeidet skulle være et innspill til delprosjektet ”den visuelle destinasjonen”, og det var et ønske fra oppdragsgivers side at det skulle være det bebygde/konstruerte landskapet som skulle ha hovedfokus i arbeidet.

Den visuelle dimensjonen er viktig for mange turisters valg av reisemål, og det norske reiselivsproduktet har en karakter som gjør denne dimensjonen mer betydningsfull enn i mange andre land.

Landskap og landskapskvaliteter har engasjert forskere i en årrekke. Dearden hevder i sin artikkel om Societal Landscape Preferences (Dearden 1989) at våre preferanser for landskap kan tilskrives faktorer knyttet til a) det iboende, b) kulturelle forhold, c) det kjente/familiære, og d) sosioøkonomiske forhold.

I landskapsevalueringer skiller Mitchell (1989) mellom det han kaller indirekte og direkte strategier. I tidligere forskning på området var de indirekte strategiene mest utbredt. Her ble det jobbet med landskapspreferanser slik de ble uttrykt i litteratur, brev og aviser. Bidragsyttere i disse arbeidene var bl.a. Lowenthal og Prince (1964, 1965) og Lowenthal (1968).

Seinere har de direkte strategiene vært mer dominerende. Her har man anvendt utvalg/paneler til å vurdere landskap i felten eller til å vurdere bilder/fotografier som har vært plukket ut av de ansvarlige for prosjektene. Den mest kjente teknikken i så henseende er den såkalte Scenic Beauty Estimation Technique utviklet av US Forest Service midt på 1970-tallet (Daniel & Boster 1976), der paneler ble anvendt til å vurdere slides på en skala fra 0 til (dislike) til 9 (like). En lignende framgangsmåte er anvendt av Strumse på Vestlandet midt på 1990-tallet (Strumse 1996).

En litt annen tilnæringsmåte er den såkalte Visitor Employed Photography (VEP) som hadde sitt opphav tidlig på 1970-tallet. Denne skiller seg fra den foregående ved at det ikke er forskningspersonalet selv som plukker ut motivene, men turistene/brukerne av undersøkelsesområdet. VEP var et svar på en metodekritikk som gikk ut på at det var uheldig at forskningspersonalet plukket ut de motivene som skulle evalueres. I stedet delte man ut kameraer til deltakerne i undersøkelsen og lot dem selv avgjøre motivvalgene på basis av en instruksjon. Da engangskameraene ble introdusert på 1980-tallet, ble bruken av metoden betydelig aktualisert. ”Looking through the eyes of the public” er å betrakte som det første vitenskapelige arbeidet med denne tilnærmingen (Cherem 1973). Et eksempel på at metoden også har anvendelighet i ”constructed environments” er Cherem og Drivers arbeid på 1980-tallet (Cherem & Driver 1983). Taylor et al. (1995) sin undersøkelse i Rocky Mountain National Park i Colorado var modell for vår undersøkelse i Gausta-området i 1996 og som gikk ut på bilturisters og fotturisters vurdering av landskapskvaliteter i området (Prestholdt 1997). I hovedsak er metodeapparatet fra den gang anvendt i denne undersøkelsen.

MÅLSETTING/PROBLEMSTILLINGER

Målsettingen med prosjektarbeidet har vært følgende:

”Analysere hvordan turister og lokalbefolkning vurderer landskapskvalitetene på de utvalgte destinasjonene.”

I den forbindelse har vi ønsket svar på følgende problemstillinger:

- 1) *Hvilke metoder er utviklet for å kartlegge turistenes preferanser for landskap.*
- 2) *Hva er særlig attraktive landskapskvaliteter i de utvalgte områdene sett med turistens og lokalbefolkningens øyne, og hvilke elementer er særlig skjjemmende?*
- 3) *Er landskapskvalitetene viktige for kundenes kundetilfredshet?*
- 4) *I hvilken grad bør turistenes preferanser få konsekvenser for videre utvikling av destinasjonene?*

METODE OG DATAGRUNNLAG

Det metodiske opplegget fra Gausta-undersøkelsen i 1996 er i hovedsak fulgt (Prestholdt 1997). Denne bygde som nevnt på RMNP-undersøkelsen i Colorado like i forkant (Taylor et al. 1995). Hovedmålgruppen i undersøkelsen var turister på de tre destinasjonene, men noen fastboende er også inkludert. Begrunnelsen for dette er nærmere redegjort for annet sted i rapporten.

Resultatene i undersøkelsen skulle baseres på et materiale bestående av innsamlede engangskameraer, en logg som skulle utfylles i tilknytning til disse, og et spørreskjema med en del relevante spørsmål.

Den opprinnelige intensjonen om å rekruttere 50 turister og 15 fastboende på hver destinasjon ble ikke oppfylt, slik at totalmaterialet vi sitter igjen med er:

Geilo: 33 kameraer (kun 32 skjema), 278 bilder

Hovden: 60 kameraer, 502 bilder

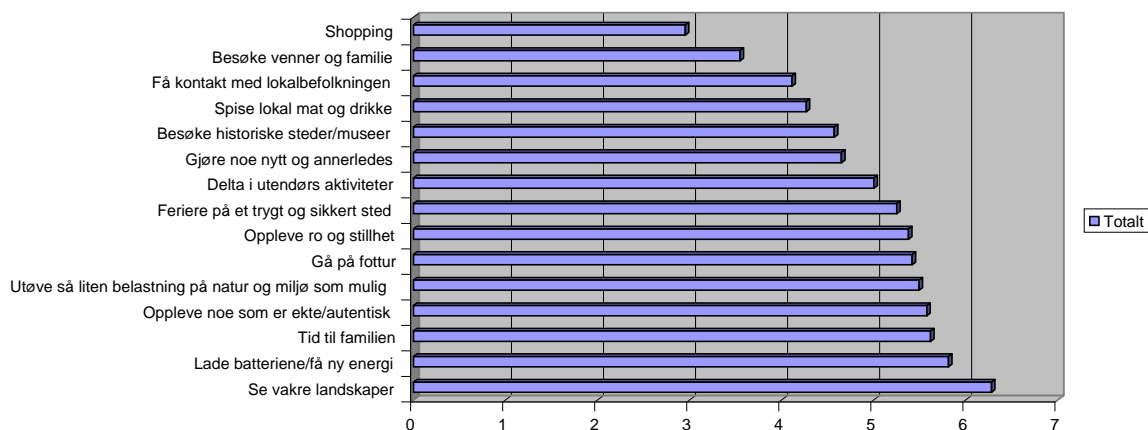
Rauland: 33 kameraer, 283 bilder

Det var flere årsaker til at materialet ble noe mindre fullstendig enn det vi hadde håpet på. For det første kom undersøkelsen litt seinere i gang enn det vi opprinnelig hadde planlagt. For det andre medførte redusert bemanning hos oss til minsket mulighet til å følge opp arbeidet lokalt, og for det tredje erfarte vi at noen av respondentene vegret seg fordi de syntes undersøkelsen var for arbeidsmessig krevende.

RESULTATER

Materialet viser at den gjennomsnittlige respondent, er i 40-årene, men alle aldersgrupper er representert, riktignok med minst representasjon i de to yngste (10-19 og 20-29) og i eldste aldersgruppe (60-69). Utlendingene er bedre representert i de yngre aldersgruppene enn nordmenn. At en betydelig del av undersøkelsen ble gjennomført etter skolestart i Norge, kan bidra til å forklare dette. Videre er det en viss overrepresentasjon av kvinner blant norske deltakere i undersøkelsen, mens det er en overrepresentasjon av menn blant utlendingene.

Spørreundersøkelsen viser med all tydelighet at det å se vakre landskaper er en viktig faktor når man reiser på ferie om sommeren. Av andre viktige faktorer er ”lade batteriene/få ny energi”, ”tid til familien”, ”oppleve noe nytt og annerledes”, ”utøve så liten belastning på natur og miljø som mulig”, ”gå på fottur” og ”oppleve ro og stillhet”.



Figur i Faktorer som er viktige når man reiser på ferie om sommeren (1-7). Alle respondenter samlet

Om viktige faktorer viser spørreskjemamaterialet for øvrig:

- Ro og stillhet vektlegges sterkere blant utlendinger enn blant nordmenn. Det synes dessuten å være viktigere for de eldre enn for de yngre respondentene og viktigere for menn enn for kvinner
- Besøke venner og familie er viktigere for kvinner enn for menn
- Gjøre noe nytt og annerledes, tid til familie, delta i utendørs aktiviteter og få kontakt med lokalbefolkningen er viktigere for de yngre enn for de eldre respondentene.
- Gå på fottur og innta lokal mat og drikke er viktigere for akademikerne enn for ikke-akademikerne

I et spørsmål om attraktiviteten ved det norske landskapet har vi operert med variablene ”naturlandskapet”, ”det jordbrukspregede kulturlandskapet”, ”byene”, ”tettstedene”, ”hyttebebyggelsen i fjellet” og ”hotellene i fjellområdene”. Det viser seg at utlendinger generelt er mer positive enn nordmenn i sine svar og særlig når det gjelder ”tettsteder” og ”hyttebebyggelsen i fjellet”.

En vurdering av natur og bebyggelse på de tre destinasjonene viser at Rauland kommer best ut, særlig når det gjelder bebyggelse. En mindre turistifisering av senteret i Rauland (Krossen) enn det vi ser på de to andre destinasjonene og færre elementer som klart framstår som

skjemmende i fotomotivundersøkelsen, kan være noe av forklaringen på dette. Generelt kommer bebyggelse bedre ut i vurderingen blant utlendingene enn blant nordmenn.

SELVE FOTOMOTIVUNDERSØKELSEN

Motiver som respondentene fant attraktive for landskapskvaliteten ble kategorisert på følgende måte:

- Natur/landskap
- Rester av historie/kultur
- Bygninger
- Tilrettelegging
- Annet

Tilsvarende ble motiver som man fant skjemmende for landskapskvaliteten kategorisert slik:

- Bygninger
- Andre konstruksjoner/utbyggingsområder
- Sjøppel
- Containere
- Campingvogner etc.
- Kraftledninger
- Annet

En oversikt over motivvalgene på de tre destinasjonene viste følgende:

- Det er større andel bygningsmotiv som havner i kategorien attraktive bygningsmotiv på Rauland og på Hovden enn på Geilo (tabell i).
- Bygningsmotiv som deltakerne oppfatter som skjemmende, utgjør en større andel av de ikke-attraktive motivene på Hovden enn på Geilo og i Rauland (tabell ii), men mange av disse motivene er klart gjengangere.

Tabell i Motivvalgene på de tre destinasjonene. Positive motiver. Absolutte tall. Relative tall i ()

Motivkategorier	Geilo	Hovden	Rauland	Totalt
Natur/landskap	52 (30)	71 (24)	46 (26)	169 (26)
Rester av historie/kultur	3 (2)	5 (2)		8 (1)
Bygninger	54 (31)	120 (41)	70 (40)	244 (38)
Tilrettelegging	35 (20)	50 (17)	24 (14)	109 (17)
Annet	28 (16)	49 (17)	34 (20)	111 (17)
I alt	172 (99)	295 (101)	174 (100)	641 (99)

Tabell ii Motivvalgene på de tre destinasjonene. Negative motiver. Absolutte tall. Relative tall i (%)

Motivkategorier	Geilo	Hovden	Rauland	Totalt
Bygninger	34 (32)	128 (62)	27 (25)	189 (45)
Utbyggingsområder/andre inngrep	28 (26)	26 (13)	18 (17)	72 (17)
Søppel/rot	3 (3)	22 (11)	10 (9)	35 (8)
Containere	2 (2)	1 (0)	9 (8)	12 (3)
Campingvogner etc.	3 (3)	5 (2)	5 (5)	13 (3)
Kraftledninger	5 (5)	3 (1)	2 (2)	10 (2)
Annet	31 (29)	22 (11)	38 (35)	91 (22)
I alt	106 (100)	207 (100)	109 (101)	422 (100)

Materialet er ellers krysskjørt mot kjønn, alder, nasjonalitet (nordmenn vs. utlendinger), turister/fastboende og utdanning (akademisk vs. ikke-akademisk) og synes å vise:

- At kvinner og eldre respondenter er noe mer opptatt av skjemmende bygningsmasse enn menn og yngre respondenter
- At utlendinger har relativt flere motivvalg som de oppfatter som attraktive enn nordmenn. Videre velger utlendingene i større grad motiv knyttet til natur/landskap, mens nordmenn velger flere bygningsmotiv. Motivvalgene kan også tyde på at utlendingene reagerer mer negativt på utbyggingsområder og på rot/forsøpling enn det nordmenn gjør.

Tabell iii Positive motivvalg, nordmenn og utlendinger. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Nordmenn	Utlendinger	Uoppgitt	Totalt
Natur/landskap	14	37	25	26
Rester av historie/kultur	2	1	0	1
Bygninger	46	31	75	38
Tilrettelegging	19	15	0	17
Annet	18	17	0	17
I alt	99	101	100	99
N	294	343	4	641

Tabell iv Negative motivvalg, nordmenn og utlendinger. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Nordmenn	Utlendinger	Uoppgitt	Totalt
Bygninger	54	34	0	45
Utbyggingsområder/andre inngrep	11	24	100	17
Søppel	5	12	0	8
Containere	3	2		3
Campingvogner etc.	4	2		3
Kraftledninger	2	3		2
Annet	21	23	0	22
I alt	100	100	100	100
N	232	189	1	422

En sammenligning mellom turister og fastboende gir samme tendens. Turistene velger i klart større grad natur-/landskapsmotiv, mens fastboende velger relativt flere bygningsmotiv. Når det gjelder sistnevnte, er imidlertid forskjellen størst når det gjelder attraktive motiv.

Det er sannsynlig at nordmenn generelt har sterkere preferanser og antipreferanser for bebyggelse i fjell-Norge enn utlendingene har, og at de derfor er mer tilbøyelige til å velge denne typen motiv.

OM MOTIVVALGENE PÅ DE TRE DESTINASJONENE

Geilo:

Vi har i rapporten redegjort i noe mer detalj for en del av motivvalgene. Om motivvalgene på Geilo vil vi si følgende:

Noen av respondentene velger her, som på de andre destinasjonene, en del attraktive motiver knyttet til natur/landskap. Kommentarer som *"Enjoy the pureness of nature"* er ganske symptomatiske for denne typen motivvalg.

Av attraktiv bygningsmasse kan eksempelvis trekkes fram Dr. Holms hotell, Geilotun, Geilo kirke og Tunet Varehus.

Enkel tilrettelegging framstår som attraktivt blant mange av respondentene på alle tre destinasjonene. Lett opparbeidede gangveier med god informasjon og skilting får god respons blant deltakerne i undersøkelsen på Geilo og er gjenstand for motivvalg blant flere. At en del av informasjonen ikke er på engelsk, blir imidlertid pekt på som negativt blant en del av utlendingene. Det er videre positiv omtale av en del annen tilrettelegging som har skjedd i seinere år, bl.a. sommeranlegg for skiskyting og bane for terrengsykling..

Et annet element som går igjen på den positive siden, er vurderingen av trivselskapende tiltak. En blomsterhilsen med Geilo + emblem, mur i naturstein og parkeringsplasser med sjenerøs beplantning er eksempler.

Av **negative bygningslementer** på Geilo må nevnes "asylmottaket", Handelslaget (Spar), "Sidespranget" og Monter. Annen bygningsmasse som er gjenstand for motivvalg, er til dels av en karakter med preg av forfall/manglende vedlikehold.

Noen motiver på Geilo er knyttet til etablerte alpinområder og en del nye utbyggingsområder for ski in/ski out. Dette er likevel ikke av de mest vanlige motivvalgene og er heller ikke helt entydige. Mens en respondent uttrykker at *"Skiløypene er triste om sommeren"*, er det en av utlendingene som sier at traseene er *"integrated in the environment."*

Søppel/rot er ikke gjennomgående motivvalg på Geilo, men det er bl.a. tatt bilder av et område med stein- og treavfall nær Geilo Camping. Oppstillingsplasser for campingvogner er også blant de motivvalgene som framstår som skjemmende. Kraftledninger forstyrrer landskapsopplevelsen, særlig der de forekommer i det mest åpne landskapet.

En del av sentrum på Geilo har ulike typer betongkonstruksjoner, til dels med grafitti som framstår som skjemmende. Torget i Geilo sentrum oppleves ikke som like attraktivt hos alle. Noen etterlyser en oppgradering, en annen synes det er for kommersielt.

Hovden:

Panorama og vann går igjen som attraktive natur-/landskapsmotiv blant deltakerne på Hovden, og Otra og Vatnedalsvatnet er blant de mest fotograferte.

Bygningsmotiv som oppfattes som attraktiv er bl.a. Hovden Fjellstoge, "Hovden blå", servicebygningen ved Hovden skisenter, Hovden grendehus, kirkene og "Fjellgardstun". Når det gjelder sistnevnte, er imidlertid meningene delte. Ellers kommer mye av hyttebebyggelsen på Hovden godt ut. Laftede hytter med torvtak og duse, til dels mørke farger framstår som attraktivt blant respondentene. Steingjerder, trapper bygd i naturstein og rester av gammelt beitelandskap gir også positive assosiasjoner.

Enkel tilrettelegging som inkluderer enkelt anlagte stier, informasjon og merking blir verdsatt av turistene, ikke minst de utenlandske.

Forseggjorte konstruksjoner som en steinsatt undergang i nærheten av Hovden sentrum er en gjenganger blant de attraktive motivvalgene, og trivselskapende tiltak (forseggjorte rekkverk, natursteinsmurer, blomster og beplantninger) synes å være høgt verdsatt.

En del bygninger/bygningselementer kommer dårlig ut i undersøkelsen. To gjengangere er Kiwibygget i sentrum og det relativt nybygde leilighetskomplekset ved Hovden høgfjellshotell. Høgfjellshotellet havner også i kategorien skjemmende. Videre kommer ICA-bygget og Shell-stasjonen dårlig ut. Også Hovdetun er det delte meninger om.

Særlig noen av de utenlandske deltakerne i undersøkelsen gir uttrykk for at de er bekymret for den store aktiviteten i utbyggingsområdene.

Søppel, skrot og overskuddsmasse er det en del eksempler på i motivvalgene, og det er klare tegn på at den store byggeaktiviteten også bidrar til rot i en del områder (paller, kabeltromler etc.). Noe av dette er til dels svært sentrumsnært.

Campingvogner på oppstillingsplasser som i tillegg bærer preg av forfall, ser vi klare negative reaksjoner på i materialet.

Rauland:

Også her er en del av de positive motivene knyttet til natur/landskap. Dette gjelder fra reine naturmotiv til motiver med klare kulturinnslag, alt fra solnedgang ved Møsvatn, til godt vedlikeholdt jordbrukslandskap ved Totak, eller særs landskapstilpasset bebyggelse ved vatn i Silkedalen.

Av attraktive bygningsmotiv kan nevnes Heimil, et nyere forretningsbygg i Rauland sentrum. Rauland Turist er motiv hos noen, likedan Austbø hotell. Badet/svømmehallen er også blant attraktive motiv, og Fjøllhalli får også positiv omtale. Deler av hyttebebyggelsen er attraktiv, bl.a. Hovdeli hyttefelt. Også deler av det som er gjort ved Rauland skisenter og ved Vierli kommer godt ut, mens andre deler av denne bebyggelsen vekker negative assosiasjoner.

Motivvalgene viser at holdningen til enkel tilrettelegging er den samme her som på de to andre destinasjonene, altså positiv. Informasjonsskilt, merking av løyper, klopper/gangbruer i fuktig terreng og rasteplasser er blant motivene.

Trivselskapende tiltak i Rauland sentrum og inngjerdingen av returpunkt for søppel er også blant det som kan betegnes som positive motivvalg.

En del negative kommentarer til bygningsmasse er knyttet til større bygg som Spar-bygningen i Rauland sentrum, Coop (først og fremst plasseringen) og Raulandsstoga. Noen av hyttene ved Vierli blir betegnet som for sterotype, mens noe av bebyggelsen ved Rauland skisenter framstår som skjemmende, særlig på grunn av plassering.

Utbyggingsområder som Holtardalen og Listaullia får negative kommentarer, både fordi hyttene ligger for tett og fordi inngrepene i naturen er for store.

Steinfillinger/overskuddsmasse, bilvrak, ”overliggere” av tømmer og annet rot/søppel bidrar noen steder til landskapsmessig forringelse, likedan synlige oppstillingsplasser med campingvogner, til dels med ”hyttemessige anneks.”

DRØFTING OG ANBEFALINGER

Både gjennom de motivvalgene deltakerne i fotomotivundersøkelsen gjør og de svarene de gir i spørreundersøkelsen, dokumenteres det hvilken betydning landskapskvalitetene har for de turistene som kommer hit. Gjennom storstilt utbygging ser vi følgelig også faren for å ødelegge det som turistene faktisk kommer hit for å oppleve.

For at bygninger/bygningselementer skal framstå som attraktivt for de besøkende, er det viktig å ta hensyn til forhold som plassering i landskapet, utforming (bl.a. i forhold til lokal byggeskikk), bygningsstørrelse, luft mellom bygningene, fargevalg og håndverksmessig utførelse. Med tanke på utforming ser det ut til å være mest å hente av forbedringer når det gjelder utforming av større nærings- og servicebygninger.

Diskusjonen om grad av tilrettelegging er gammel og kjent. Materialet vårt viser at utlendingene ønsker god informasjon og enkel tilrettelegging. Her kan det åpenbart gjøres mer for at de skal kunne føle seg tryggere når de ferdes i den norske utmarka. God kvalitetssikring og vedlikehold av det som allerede finnes på området, er selvsagt en viktig del av dette.

Fysiske trivselstiltak (busker/blomster, pynt, natursteinsmurer etc.) er vel verdt en ekstrainsats for å påvirke turistenes trivsel i positiv retning.

Hovden har en del bygningsmasse med kontroversiell byggestil, mens Geilo har en del bygninger som mangler vedlikehold/er kondemnabile. Videre bekymrer utbyggingsområder på alle tre destinasjonene de tilreisende sommerturistene. Ved anlegg av nye alpintraseer og ved feltutbygging av hytter, gjøres det betydelige inngrep i en natur som lett får endret sine landskapskvaliteter i negativ retning.

I et land som satser sterkt på natur- og landskapskvaliteter i sin reiselivsmarkedsføring, er det ikke underlig at turister fra områder av Europa som er blant de tettest befolkede lett reagerer negativt på rot, søppel, bilvrak og henslengt overskuddsmasse fra utbyggingsområder i et land som dessuten har noe av den laveste befolkningstettheten i verdensdelen. Dette samsvarer

altså dårlig med det merkevareimaget vi prøver å skape av turistlandet Norge som reint, friskt og til dels uberørt.

At campingvogner og containere i fjellheimen er et visuelt problem er neppe overraskende for noen og en diskusjon rundt lokalisering og skjerming er på sin plass.

Oppsummert vil vi liste opp våre anbefalinger slik:

- 1) En diskusjon om lokal byggeskikk bør ikke bare gjelde utforming av hytter, men i like stor grad dreie seg om utforming av offentlige bygg, service- og næringsbebyggelse.
- 2) Fra et visuelt synspunkt vil destinasjonene stå seg på en lavere utbyggingstakt enn det vi har sett i det siste. I lys av dagens klimadebatt bør en se på hvorvidt infrastrukturen knyttet til hyttefelt med kalde senger kan forenkles. Ski in-/ski out – lokalisering av hytter kan visuelt sett ha uheldige konsekvenser, særlig nær de bratteste og åpne alpintraseene, og bør diskuteres
- 3) En lavere utbyggingstakt vil gjøre det lettere å kvalitetssikre utbyggingen og engasjere de entreprenørene som har best blikk for visuelle kvaliteter.
- 4) Et system for utvikling og vedlikehold av enkel tilrettelegging bør drøftes.
- 5) De problemer som søppel, rot, containere og campingvogner skaper for de visuelle kvalitetene, bør det iverksettes tiltak for å gjøre noe med.
- 6) Det bør diskuteres om eldre, lite funksjonell og visuelt skjemmende bygningsmasse kan rives.
- 7) Det bør også vurderes om det er grunnlag for flere trivselskapende tiltak i de sentrumsnære delene av destinasjonene.

INNHOOLD

FORORD.....	ii
SAMMENDRAG	iii
1 INNLEDNING	1
1.1 Bakgrunn	1
1.2 Relevante arbeider	2
Preferanser.....	2
Metodeaspekter ved landskapsevalueringer.....	3
Visitor Employed Photography (VEP) – særtegn og anvendelse	4
Gausta-undersøkelsen.....	6
2 MÅLSETTING OG PROBLEMSTILLINGER.....	8
3 METODE	9
4 DATAGRUNNLAGET	11
5 RESULTATER FRA SPØRREUNDERSØKELSEN	12
5.1 Respondentenes alders- og kjønnsfordeling.....	12
5.2 Forhold som er viktige når man reiser på ferie om sommeren.....	14
5.3 Attraktiviteten ved det norske landskapet	18
5.4 Landskapskvaliteten på de utvalgte destinasjonene	22
5.5 Oppsummering	27
6 FOTOMOTIVUNDERSØKELSEN	28
6.1 Innledning.....	28
6.2 Motivvalgene på destinasjonene	29
6.3 Oppsummering	34
7 EN NÆRMERE OMTALE AV MOTIVVALGENE.....	35
7.1 Geilo.....	35
Positive landskapskvaliteter	35
Negative landskapskvaliteter.....	36
7.2 Hovden	37
Positive landskapskvaliteter	37
Negative landskapskvaliteter.....	38
7.3 Rauland.....	38
Positive landskapskvaliteter	38
Negative landskapskvaliteter.....	39
7.4 Oppsummering	40
8 DRØFTING OG ANBEFALINGER	42
8.1 Om attraktive landskapskvaliteter på de tre destinasjonene.....	42
8.2 Om skjjemende landskapskvaliteter på destinasjonene	44
8.3 Noen anbefalinger om videre utvikling av destinasjonene	45
LITTERATUR	48
VEDLEGG 1: Utvalgte deler av billedmaterialet	51
VEDLEGG 2: Logg og følgeskjema (spørreskjema).....	52

1 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn

Våren 2007 fikk Høgskolen i Telemark i oppdrag av Innovativ Fjellturisme/Innovasjon Norge¹ å gjennomføre en fotomotivundersøkelse på destinasjonene Geilo, Hovden og Rauland, og en avtale mellom de to parter ble underskrevet i mai 2007. Som en del av arbeidet med ”den visuelle destinasjonen” ble høgskolen invitert til å komme med et innspill til hvordan en fotomotivundersøkelse kunne anvendes for å kartlegge turisternes syn på visuelle kvaliteter (positive og negative) på destinasjon(er) i IFs nedslagsfelt. Undersøkelsen skulle gjennomføres i sommersesongen 2007. Opprinnelig var tanken kun å la Hovden og Rauland gå inn i undersøkelsen, men etter hvert ble også Geilo inkludert. Det var videre et klart ønske fra IFs side at det skulle være *det bebygde/konstruerte landskapet* som skulle være *hovedfokus* i arbeidet.

En rekke forhold avgjør utseende på de destinasjonene vi tilbyr våre turister. De tre destinasjonene vi her snakker om, er alle typiske vinterdestinasjoner, noe selvsagt utseendet bærer preg av. Anlegg knyttet til utøvelse av vinteraktiviteter, vil nødvendigvis være dominerende i et slikt landskap. Videre setter historie og historiske tradisjoner sine spor i dette landskapet. Vi har bl.a. en del bygningstradisjoner i vårt land. Noen steder har man vært mer opptatt av å ta vare på disse enn andre steder, samtidig som bevisstheten knyttet til bevaring ikke har vært like fremtredende hele tiden. Utbyggerne og kommunens forvaltningsapparat med politikere og byråkrater bidrar selvsagt gjennom sine beslutninger til å sette sitt preg på landskapet. Lovverket setter en del rammer for utviklingen. Bl.a. har bruken av konsekvensanalyser medført mer krevende planprosesser ved større utbygginger i seinere år enn tidligere. På den andre siden har det skjedd en desentralisering av beslutningsprosesser, noe som trolig har medført en mer liberal tolkning av regelverket. Utvilsomt anvendes muligheten til å gi dispensasjoner svært aktivt i en del kommuner. Dette er godt kjent fra kyst-Norge. Til sist men ikke minst har vi i den norske fjellheimen de seinere årene opplevd en hytte-boom som vi ikke har sett maken til. Grunneiere, investorer og lokalpolitikere har gått hand i hand i dette arbeidet. Betydelig vekst i folks private økonomi og et sterkt ønske om å ta med seg alle de fasiliteter på hytta, som man er vant til å omgi seg med i sitt daglige liv for øvrig, har hatt og vil utvilsomt ha betydelige konsekvenser for landskapsutviklingen på mange av våre destinasjoner.

I dette arbeidet skal vi ikke i utstrakt grad diskutere estetikk med basis i hva man sier om dette i forskningsøyemed. Vi skal i større grad konsentrere oss om å si noe om de mulighetene som en fotomotivundersøkelse (Visitor Employed Photography)² gir oss til å fortelle om turisternes syn på det landskapet vi undersøker og de resultater vi har kommet fram til for de utvalgte destinasjonene.

Utfordringen for mange av våre vinterdestinasjoner er å gjøre seg attraktive nok sommerstid til å bli noe mer enn stoppesteder eller i beste fall oppholdssted for en natts overnatting på veien mot andre og mer attraktive reisemål. Det er sannsynlig at oppholdstida i estetisk sett modifiserte landskaper der landskapskvalitetene er godt bevart eller til og med beriket, vil kunne forlenges sammenlignet med landskaper der denne kvaliteten ikke i samme grad er bevart eller beriket.

¹ I noen sammenhenger forkortet med henholdsvis IF og IN

² Se nærmere omtale på s. 4

I resten av dette kapitlet skal vi ta for oss en del relevante arbeider i forhold til det å evaluere visuelle kvaliteter. Deretter vil vi i kapittel 2 diskutere mål og problemstillinger for prosjektet. Metodiske aspekter ved arbeidet er behandlet i kapittel 3. Deretter følger en omtale av det datagrunnlaget som denne undersøkelsen er bygd på (kap. 4). I kapittel 5 behandler vi resultater fra spørreundersøkelsen. Fotomotivundersøkelsen blir gjennomgått i kapittel 6 og 7, og rapporten avsluttes med en oppsummerende drøfting med noen anbefalinger (kap. 8).

1.2 Relevante arbeider

Preferanser

Den visuelle dimensjonen er viktig for mange turistenes valg av reisemål, og det norske reiselivsproduktet har en karakter som gjør at denne dimensjonen trolig er viktigere enn i svært mange andre land.

Landskap og landskapskvaliteter har engasjert forskere fra ulike fagdisipliner i en årrekke. Dette gjelder både (landskaps)arkitekter, naturforvaltere, psykologer, sosiologer, antropologer og geografer.

Den kanadiske geografen Philip Dearden skrev i 1989 en artikkel om Societal Landscape Preferences (Dearden 1989), der han tilskrev våre preferanser for landskap til fire hovedfaktorer:

- Det iboende/medfødte (innate)
- Kulturelle forhold (culture)
- Det vi er kjente/familiære med (familiarity)
- Sosioøkonomiske faktorer (Socio-economic factors)

Det iboende

Dearden antyder at det er sannsynlig at det er en sammenheng mellom evolusjonshistorie og landskapspreferanser. Med henvisning til Appleton (1975) mener han at landskap som både gir skjul og utsyn, tradisjonelt tiltaler menneskene. Han nevner også, denne gang med referanse til Balling & Falk (1982), at menneskene har en forkjærlighet for savannelignende landskaper. Videre framhever han preferanser for vann og uberørt natur framfor menneskepåvirkede landskaper. Dette siste er verdt å merke seg i forhold til den profilen som er valgt i dette prosjektet.

Kulturelle forhold

Dearden hevder at det er et nært samspill mellom vår kultur og vårt miljøsyn, herunder landskapspreferanser. Han viser til undersøkelser som viser at det er klare forskjeller mellom britters og amerikaneres landskapsoppfatning, noe han tilskriver ulik kulturell påvirkning.³ Et

³ Se bl.a. Walter (1983)

annet eksempel han trekker fram, er forskjellen i preferanser for landskap mellom immigrantene og de innfødte i Amerika.⁴

Det kjente/familiære

Med henvisning til Jackson et al. (1978), Nieman (1980), Lynch (1960) og Appleyard (1969) pekes det på tendensen til å foretrekke det fortrolige og kjente framfor det fremmede og ukjente. Som en konsekvens av dette kan man tenke seg at dramatikken i det norske landskapet ikke nødvendigvis er like tiltalende for alle utlendinger, rett og slett fordi dette er noe man ikke er fortrolig med.

Sosioøkonomiske forhold

Dearden hevder at det er tre forhold som er av særlig betydning i denne forbindelse, nemlig alder, kjønn og yrke. Bl.a. synes de unge og de eldre mindre negative til inngrep i landskapet enn de som aldersmessig er i mellomskiktet.⁵ Mellom kjønnene øker forskjellene opp mot college-alder (Lyons 1983), og preferansene for bynære områder er sterkere hos kvinnene enn hos menn. Ofte vil forskjeller i syn og yrke gå mellom de som er akademikere og de som ikke er akademikere. I dette tilfellet hevder Dearden at forskjellen særlig går mellom de som har landskapsrelaterte yrker (landskapsarkitekter og planleggere) på den ene siden og folk som ikke har en slik yrkesmessig tilknytning på den andre.

Metodeaspekter ved landskapsevalueringer

Det er en utfordrende oppgave å si noe om turistenes vurdering av landskapskvaliteter, og mange tilnærminger har vært anvendt. Mitchell (1989) opererer med det han kaller **indirekte- og direkte strategier**.

I forskningsarbeidet utført på 1960-tallet, var de såkalte **indirekte strategiene** mest utbredt. Her ble det jobbet med landskapspreferanser, slik de ble uttrykt i litteratur, brev og aviser. For eksempel ble det rurale, maleriske småskalalandskapet tydelig preferert blant britene, mens amerikanerne, i alle fall før depresjonen, i større grad vektla det ekstreme, det ville og det storslagne. Kjente bidragsytere i disse arbeidene var Lowenthal og Prince (1964, 1965) og Lowenthal (1968).

I de **direkte strategiene** har man anvendt utvalg til a) å vurdere nærmere angitte landskaper i felten og/eller b) til å vurdere bilder/fotografier. En rekke forskningsarbeider på slutten av 1960-tallet og utover på 1970-tallet anvendte bilder/fotografier i vurderingene.⁶ Den mest kjente teknikken i denne forbindelse er den som går under betegnelsen Scenic Beauty Estimation Technique (SBE). Denne ble utviklet av US Forest Service midt på 1970-tallet (Daniel & Boster 1976). Paneler ble her anvendt til å vurdere nærmere angitte slides på en skala fra 0 (dislike) til 9 (like). Teknikken ble ikke minst brukt for å skaffe input til forvaltningsmessige spørsmål knyttet til hogst og bygging av skogsbilveger.

Bruken av bilder/fotografier på denne måten er også kjent fra Norge. Einar Strumse foretok i 1996 en undersøkelse der han spurte 198 frivillige mannlige og kvinnelige norske

⁴ Jf. bl.a. Tuan (1974)

⁵ Dette har han fra Zube, Pitt & Evans (1983)

⁶ Se bl.a. Shafer, Hamilton & Schmidt (1969) og Shafer & Tooby (1973)

universitets- og høgskolestudenter om hva de foretrekker ved ulike typer jordbrukslandskap på Vestlandet (Strumse 1996). Deltakerne studerte landskapsfag og psykologi, hadde en gjennomsnittsalder på 25 år og var således ganske ensartet som gruppe. De ble forelagt 60 ulike lysbilder som de skulle rangere på en skala 1 (liker ikke i det hele tatt) til 5 (liker svært godt). I tillegg ble bildene rangert etter miljøegenskaper (kompleksitet, koherens, mystikk, lesbarhet, åpenhet, glatthet, bevegelsesmulighet og elde).

Preferanseforskning av denne typen stiller forskerne overfor en del utfordringer i forhold til årsaks-/virkningsforhold. Med basis i Shafer et al. (1969:14) og Taylor et al. (1995:6) sa vi i 1997 følgende om dette:

”Noe av den tyngste kritikken mot denne typen forskning har rettet seg mot den måten bilder har vært brukt i arbeidet. I mange undersøkelser har ulike paneler vært anvendt for å vurdere kvaliteten ved landskaper gjennom rangering av bilder som de ansvarlige for forskningsarbeidet selv har tatt eller plukket ut. Det at selve utvelgelsen av bildene før rangeringen har skjedd blant de som har ansvar for arbeidene, har etter kritikernes mening gitt et uheldig subjektivt utgangspunkt som har redusert kvaliteten på denne typen forskning.” (Prestholt 1997)

Den metoden som er brukt i denne fotomotivundersøkelsen, Visitor Employed Photography, innebærer en tilnærming der respondentene i utvalget selv plukker ut de motivene han/hun finner relevante i forhold til retningslinjene angitt for undersøkelsen. Metoden har hatt liten eller ingen utbredelse i Norge og for øvrig i Europa, men er relativt godt kjent i Nord-Amerika, der den har sitt opphav, og i Japan. I det følgende skal vi mer spesifikt omtale metoden og en del av de prosjektene der metoden har kommet til anvendelse.

Visitor Employed Photography (VEP) – særtegn og anvendelse

Metoden Visitor Employed Photography ble første gang brukt i USA tidlig på 1970-tallet, og publikasjonen ”Looking through the eyes of the public” er å betrakte som det første vitenskapelige arbeidet med denne tilnærmingen (Cherem 1973). Metodeutviklingen synes bl.a. å ha oppstått ut fra et behov i forvaltningen om å få bedre grep på hvilke oppfatninger besøkende, særlig i parker og andre rekreasjonsområder, har av de miljøene de opplever.⁷

I stedet for den tradisjonelle metoden ved å bruke et utvalg/panel til å vurdere bilder/fotografier som forskerne selv har hatt ansvaret for å få fram, var poenget her at respondentene selv skulle ta bilder av motiver som gav dem de sterkeste opplevelsene, enten positive eller negative. Dette innebar at de fikk utdelt kameraer med instruksjon om å ta bilder ut fra målsettingene i prosjektet, samt beskjed om å fylle ut en logg med data knyttet til hvert bilde. Med introduksjonen av engangskameraer tidlig på 1980-tallet, ble bruken av metoden aktualisert og enklere å gjennomføre. Et poeng i VEP som metode er at oppfatningen av kvaliteter ikke er statisk. Det betyr at kvalitetene kan framstå annerledes i selve opplevelsøyeblikket enn de vil gjøre i ettertid. Bruken av VEP gjør det mulig å fange ”kvalitetsopplevelsene” eller ”skrekkopplevelsene” der og da, dvs. når de skjer. Dette er understreket av flere forfattere som f. eks. Taylor et al. (1995), Mackay & Couldwell (2004), Oku & Fukamachi (2006) og Jacobsen (2007).⁸

⁷ Jf. bl.a. Taylor et al (1995)

⁸ Han henviser i den forbindelse til Scott & Canter (1997)

Metoden ble, som nevnt, innledningsvis i hovedsak anvendt på natur, vann, landskap og landskapskvaliteter, men allerede tidlig på 1980-tallet framholdt Cherem og Driver at den også hadde anvendelighet i det han kalte "constructed environments" (Cherem & Driver 1983). Hawkins et al. (1999) delte ut kameraer til beboere i et lokalsamfunn med beskjed om å fotografere det de oppfattet som de beste og verste aspektene ved deres hjemsted.⁹ I denne sammenheng framstår altså metoden som en redskap for lokal planlegging i et område som er utbygd. Hensikten er i praksis den samme som når vi ber turister og representanter for lokalbefolkningen ta bilder av det de anser som de mest attraktive landskapelementene på våre destinasjoner og hva som framstår som de minst attraktive. MacKay og Couldwells (2004) undersøkelse fra et museumsutviklet historisk sted i Saskatchewan, Canada, er et annet eksempel på bruk av metoden i et "constructed environment".

Taylor et al. (1995) framstår som en av de metodisk sett mest allmenngyldige undersøkelsene som er brukt i nasjonalparker/hyppig brukte rekreasjonsområder. The Riverine Riparian Ecosystems Evaluation Study (RREVS) fra 1995 hadde The Rocky Mountain National Park som undersøkelsesområde, en park som er regnet som en av de mest attraktive nasjonalparkene i den amerikanske delen av Rocky Mountains. Her ble delt ut 193 engangskameraer (35 mm) til et stratifisert, tilfeldig utvalg av besøkende i parken.¹⁰ Flere brukergrupper inngikk (bilturister, campere, fotturister på dagstur, fotturister på flere-dagers turer). Deltakerne ble bedt om å ta til sammen 12 bilder av de omgivelser, attraksjoner eller situasjoner som gav dem de største opplevelsene på turen, enten positive eller negative. På en medfølgende logg skulle de angi sted for hvor bildene ble tatt, motivets art, om opplevelsen var positiv eller negativ og en begrunnelse for valget av motivet. Arbeidet ble etterfulgt av en oppfølgingsundersøkelse i form av et spørreskjema. Samtidig fikk de tilsendt en kopi av de bildene de selv hadde tatt tidligere. I tabell 1 er vist hvordan fotografiene fordelte seg på ulike motivkategorier.

Tabell 1 Fotograferte motivkategorier i RMNP-undersøkelsen

<i>Motiver</i>	<i>Antall fotografier</i>	<i>Antall respondenter som har tatt fotografier</i>	<i>Gjennomsnittlig antall foto pr. respondent</i>
Panorama (mountain vistas)	627 (31 %)	168 (94 %)	3,50
Vann (water features)	458 (22 %)	148 (83 %)	2,56
Tilrettelegging (management features)	395 (19 %)	132 (74 %)	2,21
Vegetasjon (vegetation)	370 (18 %)	138 (77 %)	2,07
Vilt (wildlife)	330 (16 %)	134 (75 %)	1,84
Menneskelige inngrep (human impacts)	85 (4 %)	57 (32 %)	0,47

Kilde: Taylor et al. (2005)

Som det går fram er det panoramabilder og vann som dominerer av motivkategoriene. Ca. 89 % av fotografiene ble angitt med positiv valør, mens bare 7 % ble gitt negativ valør. I

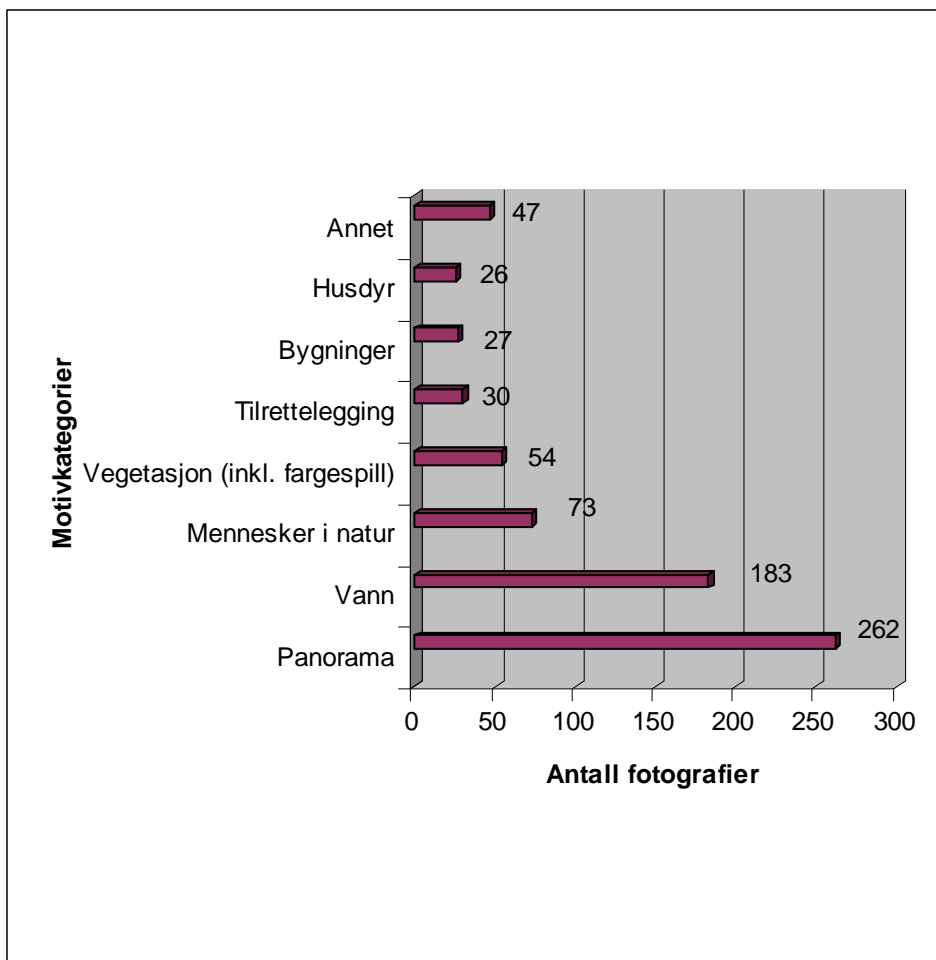
⁹ I dette tilfelle ble metoden betegnet som Resident Employed Photography (REP)

¹⁰ Antallet respondenter var 179.

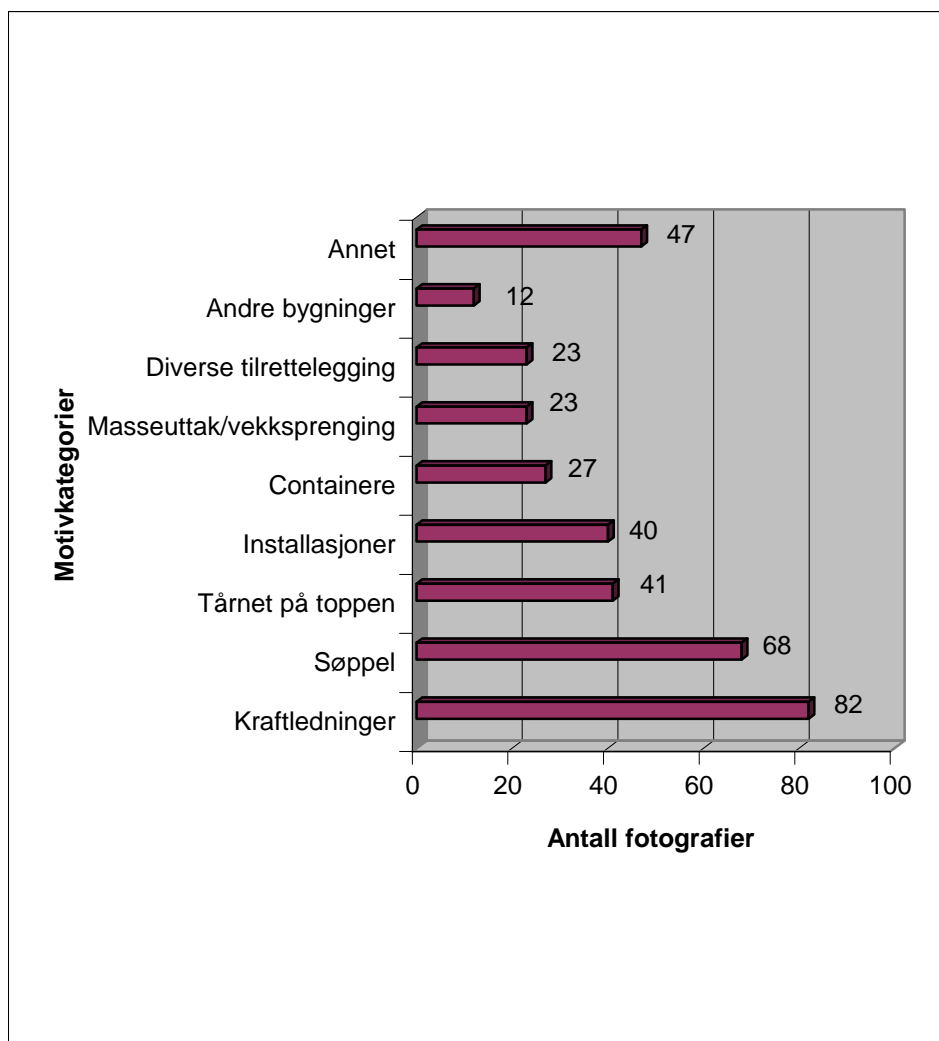
hovedsak var disse knyttet til kategoriene tilrettelegging (management features) og menneskelige inngrep (human impacts). De resterende bildene hadde både positive og negative elementer i seg.

Gausta-undersøkelsen

Undersøkelsen i RMNP var modell for det arbeidet som undertegnede gjennomførte i Gausta-området sommeren 1996 (Prestholdt 1997), selv om vi modifiserte den noe. Vi hadde kun to brukergrupper, nemlig bilturister og fotturister. De som deltok i undersøkelsen fikk beskjed om å ta minimum 5 fotografier av motiver som de syntes var særlig attraktive og minimum 3 fotografier av motiver som de fant særlig skjemmende for naturkvaliteten. På den måten stresset vi sterkere enn i RMNP-undersøkelsen dette å være på utkikk etter skjemmende elementer i naturen. Den samlede motivfordelingen i Gausta-undersøkelsen er vist i figur 1 og 2.



Figur 1: Motiver som respondentene samlet fant særlige attraktive i Gausta-området fordelt på motivkategorier. Absolutte tall (Kilde: Prestholdt 1997)



Figur 2 Motiver som respondentene samlet fant særlig lite attraktive i Gausta-området fordelt på motivkategorier. Absolutte tall (Kilde: Prestholdt 1997)

Det er verdt å merke seg de motivkategoriene som er dominerende her. Motiver med panorama (horisont- og utsiktsbilder) og vann var de hyppigst valgte av de som ble vurdert som positive for naturkvaliteten. Tilsvarende dominerte motivkategoriene kraftledninger (godt synlige i området) og søppel blant de negative. Videre avvok de negative motivvalgene hos bilturistene noe fra de tilsvarende valgene hos fotturistene. Mens bilturistene særlig vektla kraftledninger i sine valg, var søppel av ulikt slag dominerende blant fotturistene. Motivvalgene styres selvsagt i stor grad av hva som er synlig for deltakerne, noe som tydelig kom fram her.

2 MÅLSETTING OG PROBLEMSTILLINGER

Hovedintensjonen med prosjektet, slik det her er utformet, er å få fram hvordan turistene vurderer landskapskvalitetene på de tre utvalgte destinasjonene, Hovden, Geilo og Rauland. Samtidig har vi vært av den oppfatning at det ville være nyttig med en referansegruppe. Derfor ønsket vi også å rekruttere en andel deltakere fra lokalbefolkningen som en del av vårt materiale. Lokalkunnskapen kan på den ene siden medføre at motivvalgene blir enklere. På den andre siden er det en viss fare for at ”de lokale brillene” også i noen grad ”blinder” de som deltar. I lokalsamfunn som disse, der det i seinere år har vært store forandringer pga. store utbyggingsprosjekter, er imidlertid denne faren trolig liten.

I tråd med vårt valg av respondenter ble målsettingen med prosjektarbeidet følgende:

”Analysere hvordan turister og lokalbefolkning vurderer landskapskvalitetene på de utvalgte destinasjonene.”

I den forbindelse har vi ønsket å få svar på følgende problemstillinger:

- 1) *Hvilke metoder er utviklet for å kartlegge turistenes preferanser av landskap?¹¹*
- 2) *Hva er særlig attraktive landskapskvaliteter i de utvalgte områdene sett med turistenes og lokalbefolkningens øyne, og hvilke elementer er særlig skjjemmende?*
- 3) *Er landskapskvalitetene viktige for turistenes kundetilfredshet?*
- 4) *I hvilken grad bør turistenes preferanser få konsekvenser for videre utvikling av destinasjonene?*

Vi skal kommentere disse litt nærmere:

- 1) Dette har vi ønsket å gjøre relativt kortfattet. Hensikten har vært todelt:
 - a. Gjøre leserne oppmerksom på noe av den tradisjonen som her ligger, og
 - b. Styrke forståelsen for det metodevalget vi har gjort.
- 2) Her snakker vi om landskapskvaliteter i vid forstand, men har samtidig gjort oppmerksom på at vi særlig har ønsket tilbakemeldinger på det bebygde/konstruerte landskapet.
- 3) I denne forbindelse har håpet vært å kunne si noe om betydningen av de visuelle landskapsopplevelsene for den totale kundetilfredsheten.
- 4) Fordi metoden gir grunnlag for svært konkrete resultater, ser vi muligheten avslutningsvis til å komme med noen anbefalinger i forhold til landskapsutviklingen framover.

¹¹ Jf kap. 1.2

3 METODE

Metodisk har vi i hovedsak bygd på Gausta-undersøkelsen, som igjen er en forenklet utgave av RMNP-undersøkelsen i USA. Denne er omtalt i det foregående.¹²

På Hovden, på Geilo og i Rauland har vi henvendt oss til to respondentkategorier. Hovedkategorien er **turister** som besøker de tre destinasjonene. Dette er en samlekategori som i utgangspunktet omfatter alt fra hytteturister og turister som er på gjennomreise til de som ønsker å bruke det kommersielle overnattings- og serveringstilbudet som baseopphold for turer i fjellet. I realiteten ser vi at de fleste turistrespondentene har en overnatting eller mer. Dette har sammenheng med at deltakelsen i prosjektet faktisk krever mer innsats av respondentene enn vanlige spørreundersøkelser for øvrig gjør. Å velge motiver fordrer at man beveger seg en del rundt på destinasjonene for å gjøre seg kjent, samt foretar aktive utvalg.

Den andre og mindre kategorien er **fastboende**. Når denne er inkludert, har det sammenheng med at vi har ønsket en kontrollgruppe som kan brukes som sammenligningsgrunnlag i forhold til turistene. Hypotesen har vært at fastboende trolig har en del fortrinn i arbeidet i den forstand at lokalkunnskapen letter motivvalgene. På den andre siden vet vi at å se landskapet gjennom "lokale briller" også kan være en utfordring, kanskje særlig i forhold til de mest positive kvalitetene som vi i den daglige omgangen lett kan bli blinde for.

Respondentene fikk utdelt engangskameraer, et følgeskjema (logg) og et spørreskjema. Hensikten med følgeskjemaet var å hjelpe oss som ansvarlige for undersøkelsen å fastslå motivvalgene med størst mulig sikkerhet. På følgeskjemaet skulle respondentene angi motivnummer, beskrive hvor bildet ble tatt, forklare hovedmotivet og gi en begrunnelse for valg av motivet. Erfaringen i etterkant er at noen har vært svært samvittighetsfulle i arbeidet med å fylle ut skjemaet, mens andre i større grad har slurvet. Totalt sett må vi likevel fastslå at skjemaet har vært helt nødvendig for arbeidet med å analysere bildene.

Spørreskjemaet som fulgte, inneholdt spørsmål om oppholdslengde, reiserute, viktige faktorer når en reiser på ferie om sommeren, syn på attraktiviteten ved det norske landskapet, generelt om landskapskvaliteten på destinasjonene spesielt, samt en del bakgrunnsspørsmål. I samband med Gausta-undersøkelsen ble skjemaene sendt deltakerne i etterkant av selve fotomotivundersøkelsen. Når vi denne gangen leverte ut skjemaet sammen med engangskameraene, var det først og fremst for å spare tid. Metodisk ser vi imidlertid visse fordeler ved å sende dem ut i etterkant, fordi vi da har sikkerhet for at svarene som er avgitt i skjemaet, ikke bidrar til å påvirke motivvalgene. Faren for dette er neppe stor, men kritikere kan likevel sette spørsmålsteget ved nettopp dette.

Målsettingen for arbeidet var å rekruttere 50 turister på hver destinasjon og 15 fastboende. For å sikre tett oppfølging på destinasjonene, planla vi å sende en medarbeider fra HiT til destinasjonene. Av ulike årsaker, bl.a. raskt jobbskifte, var det ikke mulig for vedkommende å følge opp dette arbeidet, noe som medførte at destinasjonene i større grad enn planlagt, selv fikk ansvaret for å følge opp undersøkelsen. Både i Rauland og på Geilo, ble det rekruttert inn lokal arbeidskraft for å bidra med innsamlingsarbeidet, mens man på Hovden i stor grad fulgte opp innsamlingsarbeidet direkte fra turistkontoret.

¹² Jf Taylor et al. (1997)

Vi har foran i denne rapporten sagt litt om styrken ved VEP som metode. Det forholdet at det ikke er forskeren, men respondentene som selv velger ut de motivene som omtales/vurderes, og at man på denne måten fanger øyeblikksopplevelsen, er metodens sterkeste fortrinn. I tillegg er denne måten å delta i en undersøkelse på spennende for deltakerne. Flere respondenter gir uttrykk for at de syntes det var spennende å gå på "fotojakt", og for noen var det faktisk vanskelig å holde seg til de 12 bildene som var satt som et maksimum. Slik sett kan det selvsagt settes spørsmålsteget ved den antallsbegrensningen som ble gjort. Noen vil raskt kunne bruke opp tallet på bilder tidlig, for deretter å finne ut at de strengt tatt har manglet fotomuligheter når seinere interessante motiver har dukket opp. På den andre siden gav kameraene mulighet til å ta opptil 24 bilder, noe en del av respondentene benyttet seg av. Vi tror derfor ikke problemet med at man har vært nødt til å utelate interessante motiver har vært særlig stort.

En åpenbar ulempe ved det metodiske opplegget har vært at undersøkelsen har framstått som litt overveldende for en del potensielle respondenter. En undersøkelse med bruk av både kamera, logg + et spørreskjema har blitt oppfattet som for arbeidskrevende, noe som resulterte i at flere takket nei. Når dette skjedde i sterkere grad her enn det vi opplevde på/ved Gausta i 1996, har det trolig sammenheng med omstendighetene rundt undersøkelsene. I 1996 ble kameraer + logger levert ut når respondentene a) startet kjøringen over fjellet fra Tuddal til Svineroi (bilturistene), eller b) startet fotturen til Gaustatoppen (fotturistene). Undersøkelsen ble på den måten en mer integrert del av en biltur eller fottur som man på forhånd hadde planlagt. Dessuten ble som nevnt spørreskjemaet (sammen med en kopi av de ferdige bildene) først sendt respondentene i etterkant av undersøkelsen. Undersøkelsen i 2007 har mer framstått som en ekstrajobb, et arbeid som har kommet i tillegg til det man ellers har planlagt. Selv om spørreskjemaet ikke har vært arbeidskrevende å fylle ut, er vi redd for at dette på toppen av arbeidet med kameraene + loggen, medførte at flere takket nei.

Et annet forhold, som ut fra en generell betraktning kan oppfattes som en svakhet ved metoden, er dens noe begrensede generaliseringsverdi. Undersøkelsene, slik de her har blitt gjennomført, har selvsagt først og fremst lokal verdi. Motivene er først og fremst lokale. I det konstruerte landskapet er det likevel i større grad mulig å spore en del felles trekk ved de motivvalgene som er gjort ved de tre destinasjonene. Dette skal vi komme nærmere tilbake til.

Vi har etter beste evne forsøkt å kategorisere de motivene deltakerne har valgt, et arbeid som selvsagt innebærer mange fallgruver. For det første kan selvsagt selve kategoriseringen fra vår side diskuteres. Vi har annet sted i rapporten (jf. s. 28) sagt noe om de store "annet"-kategoriene som vi har vært nødt til å avfinne oss med. Videre er det slik at motivangivelsene ikke har vært like nøye hos alle respondentene. Det betyr igjen at vi i kategoriseringen har vært nødt til å anvende en del skjønn. Når det er sagt, har dette imidlertid ikke skaffet oss mange tilfeller der vi har vært i tvil om plasseringen.

4 DATAGRUNNLAGET

Innsamlingen av data skjedde blant et utvalg av turister og fastboende. Fordi det viste seg relativt vanskelig å rekruttere en del av respondentene, var det ikke realistisk å legge opp til et mer systematisk utvalg. Materialet ble derfor i stor grad et bekvemmelighetsutvalg innenfor de to nevnte hovedkategoriene. Innsamlingsarbeidet skjedde fra slutten av juli til midten av oktober. Dette resulterte i respondenter som både var typiske sommerferieturister og mer typiske helgeturister.

I tabell 2 er vist datagrunnlaget som går inn i undersøkelsen. Det var i utgangspunktet 65 kameraer til disposisjon på hver destinasjon. Intensjonen var å få med 50 turister som deltakere på hver destinasjon og 15 lokale deltakere. Av tabellen går det fram at vi nesten nådde målsettingen på Hovden, mens oppslutningen var svakere på Geilo og i Rauland. Under metodediskusjonen var vi inne på arbeidsomfanget som en årsak til sviktende rekruttering. Muligheten for lokal oppfølging har vært en annen årsak. I og med at vår egen plan for prosjektoppfølgning ble amputert, ble prosjektet betydelig mer avhengig av lokal bistand. Det ble tatt grep for å gjøre noe med dette, både på Geilo og i Rauland, men antakelig skulle initiativet kommet tidligere fra oss, slik at vi hadde fått med oss større andel av den mer voluminøse sommertrafikken. Likevel er det en kjennsgjerning at feltarbeidet ble startet opp seinere på Hovden enn på de to andre destinasjonene, men til tross for dette oppnådde man altså her på det nærmeste målsettingen om antall deltakere.

Tabell 2 Datagrunnlaget i undersøkelsen¹³

	<i>Geilo</i>	<i>Hovden</i>	<i>Rauland</i>	<i>I alt</i>
Utenl. turister	13	35	15	63
Norske turister	14	11	8	33
Fastboende	5	14	10	29
Innleverte skjema i alt	32	58	33	123
Kameraer innlevert	33	60	34	127
Kameraer uten skjema	1	2	1	4
Antall bilder	265	501	285	1051

Uansett er det likevel ingen grunn til å hevde at arbeidet i Rauland og Geilo har vært mislykket. Riktignok kunne vi ha tenkt oss noen flere respondenter, ikke minst for følgeundersøkelsens del, men billedmaterialet har tilstrekkelig interessant informasjon, noe resultatene i det følgende vil dokumentere.

Vi har anvendt regneprogrammet Excel til å presentere tallmaterialet, i form av tabeller, figurer etc. Noen av presentasjonene er rene frekvensfordelinger, mens andre er ulike krysskjøringer som vi har funnet hensiktsmessig å presentere. Størrelsen på materialet begrenser selvsagt detaljeringsgraden i kjøringene.

¹³ Av 63 utlendinger var det bl.a. 30 nederlendere, 16 dansker og 6 tyskere

5 RESULTATER FRA SPØRREUNDERSØKELSEN

I dette kapitlet ønsker vi å ta for oss en del av de resultatene som spørreskjemaundersøkelsen har gitt oss. Pga. materialets manglende størrelse er mye av presentasjonen basert på hele materialet. Vi har altså i begrenset grad skilt mellom de tre destinasjonene. Selvsagt kunne det ha vært spennende hvis vi kunne ha foretatt mer spesifikke sammenligninger mellom de tre, men det er det da altså ikke godt nok tallmessig grunnlag for.

5.1 Respondentenes alders- og kjønnsfordeling

I tabell 3 er respondentene fordelt etter alder. Alle aktuelle aldersgrupper med unntak av aldersgruppen 70-79 år er representert. Den typiske respondenten er i 40-årene, men også 30- og 50-åringene er godt representert i materialet. Som det går fram, er andelen som ikke har krysset av for alder relativt stor.

Tabell 3 Respondentene fordelt destinasjonsvis etter alder. Absolutte og relative tall

<i>Alder</i>	<i>Geilo</i>	<i>Hovden</i>	<i>Rauland</i>	<i>Totalt</i>	<i>%</i>
10-19			1	1	1
20-29	2	3		5	4
30-39	8	7	7	22	17
40-49	9	21	4	34	27
50-59	6	11	5	22	17
60-69	2	5	7	14	11
Ubesvart	5	13	9	27	22
Totalt	32	60	33	125	99

I tabell 4 er det skilt mellom nordmenn og utlendinger. Tilnærmet er det totalt sett lik fordeling mellom de to i materialet (jf også tabell 2), men ingen av de nordmennene som har oppgitt alder, er representert i de to yngste aldersgruppene. En sannsynlig årsak til dette er at en betydelig del av undersøkelsen ble gjennomført etter skolestart i Norge, noe som trolig har redusert de yngres mulighet til å delta i undersøkelsen.

Tabell 4 Respondentene fordelt etter alder. Nordmenn og utlendinger. Absolutte tall

<i>Alder</i>	<i>Nordmenn</i>	<i>Utlendinger</i>	<i>Totalt</i>
10-19		1	1
20-29		5	5
30-39	15	7	22
40-49	13	21	34
50-59	13	9	22
60-69	6	8	14
Ubesvart	15	12	27
Totalt	62	63	125

I tabell 5 er respondentene fordelt etter kjønn. Materialet viser en overrepresentasjon av kvinner både i Rauland og på Geilo, men ikke på Hovden. Det er usikkert hva som er årsaken til dette.

Tabell 5 Respondentene fordelt etter kjønn. Absolutte og relative tall

Kjønn	Geilo	Hovden	Rauland	Totalt	%
Menn	11	25	9	45	36
Kvinner	17	22	15	54	43
Ubesvart	4	13	9	26	21
Totalt	32	60	33	125	100

Det viser seg å være blant de norske respondentene at vi har hele overrepresentasjonen av kvinner og mer til (tabell 6). Blant de utenlandske respondentene er det faktisk en overrepresentasjon av menn.

Tabell 6 Respondentene fordelt på kjønn og nasjonalitet. Absolutte tall

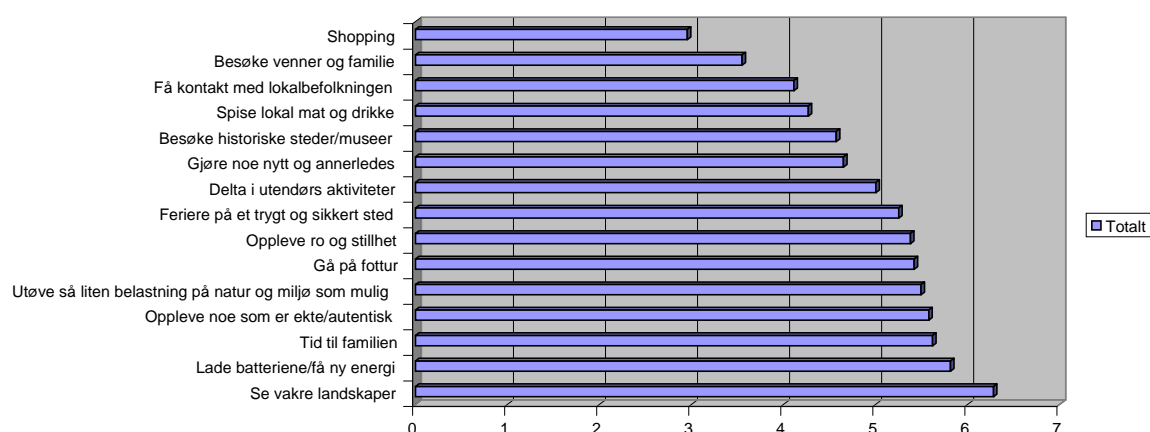
Kjønn	Nordmenn	Utlendinger	Totalt
Menn	17	28	45
Kvinner	31	23	54
Ubesvart	14	12	26
Totalt	62	63	125

En ytterligere gjennomgang av materialet viser at av de fastboende som har deltatt, er det 14 kvinner og 9 menn. Det betyr at blant de norske turistene er det tilsvarende 17 kvinner og 8 menn. Vi skal ikke dvele lenge ved dette, men regner med at fordelingen ikke bare skyldes tilfeldigheter. Innsamlingsarbeidet ble avsluttet seinest på Geilo og i Rauland, og lokale kvinnelige feltarbeidere kan, mer eller mindre ubevisst, ha funnet det lettere å rekruttere kvinner enn menn.

I neste omgang kan selvsagt forskjellen ha betydd noe for respondentenes motivvalg. Vi tror imidlertid ikke dette har vært avgjørende for resultatene. I mange tilfeller vet vi at motivvalgene ikke ene og alene har vært den enkelte respondentens ansvar. Vi har grunn til å tro at i de tilfeller der respondentene i sin ferie er en del av en gruppe, har motivvalgene vært påvirket av dette.

5.2 Forhold som er viktige når man reiser på ferie om sommeren

Respondentene ble spurt om hvilke faktorer som var viktige for dem når de reiser på ferie om sommeren. Det skulle i den forbindelse krysses av på en skala fra 1 til 7. Det skyldes å gjøre oppmerksom på at det var nyanser mellom spørsmålene slik de ble stilt til utlendinger vs. nordmenn. Mens utlendingene ble spurt om hvilke faktorer som er viktige for dem når de reiser på ferie til utlandet¹⁴, ble nordmenn spurt hvilke faktorer som er viktig for dem når de reiser på ferie i Norge. Det er sannsynlig at utlendinger som ferierer i Norge først og fremst har Norge som referanse når de svarer på spørsmålet. Vi er derfor av den oppfatning at det ikke er særlig problematisk å operere med disse samlet, slik vi har gjort i figurene 3 og 4 nedenfor. I figur 3 presenterer vi resultatene samlet, mens vi i figur 4 har delt svarmaterialet mellom utlendinger og nordmenn..



Figur 3 Faktorer som er viktige når man reiser på ferie om sommeren (1-7). Alle respondenter samlet

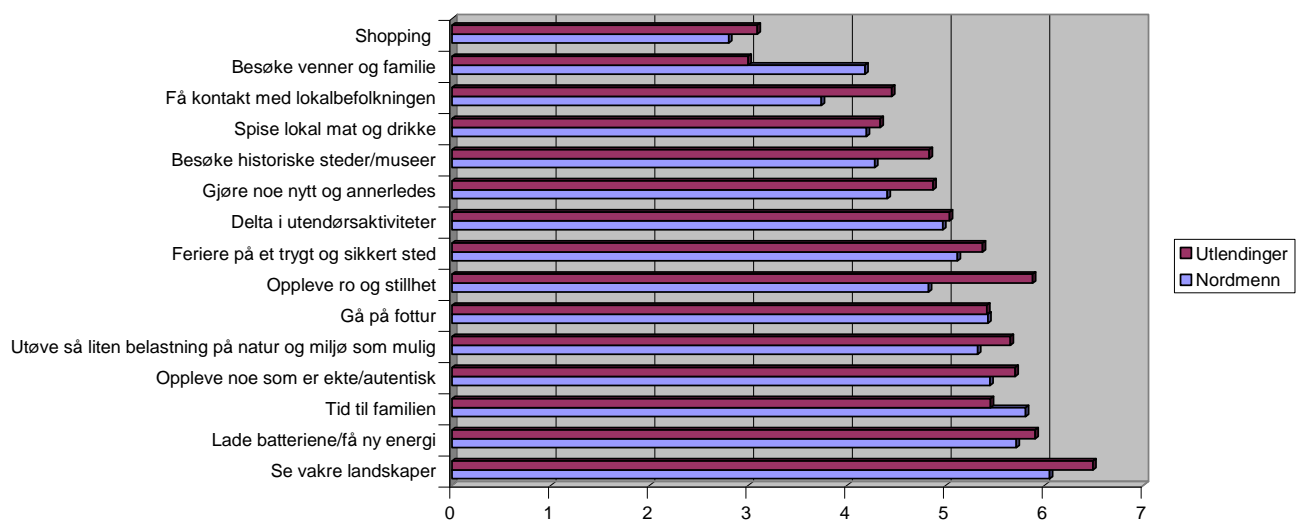
Faktoren ”å se vakre landskaper” er den desidert viktigste for respondentene, men også faktorer som ”lade batteriene/få ny energi”, ”tid til familien”, ”oppleve noe som er ekte/autentisk”, ”utøve så liten belastning på natur og miljø som mulig”, ”gå på fottur”, ”oppleve ro og stillhet” samt ”å feriere på et trygt og sikkert sted” scorer alle over 5 på skalaen. I andre enden av skalaen finner vi ”shopping” som den klart minst avgjørende faktoren når man reiser på sommerferie, forutsatt at dette utvalget er representativt.

Noe av det som klart skiller utlendinger og nordmenn i deres vurdering av viktige faktorer, er betydningen av ”ro og stillhet”. De utlendinger som reiser til Norge synes å ha et stort behov for nettopp å oppleve dette. I vår undersøkelse er hollendere dominerende blant de

¹⁴ Jf Enger/Aniara (2006) som hadde et betydelig fylldigere tallmateriale for å belyse disse spørsmålene.

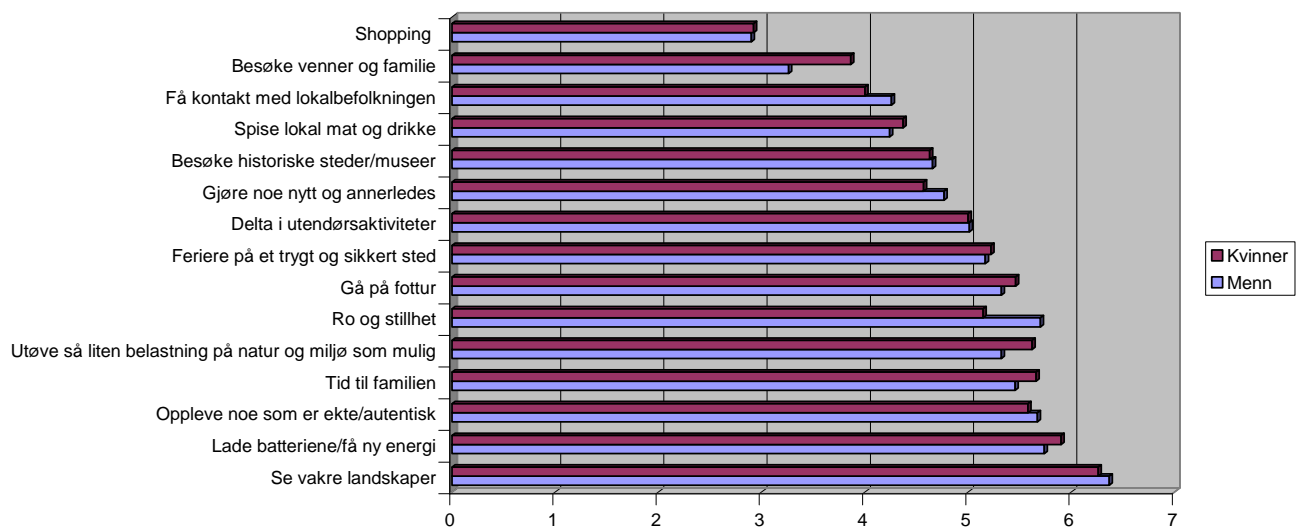
utenlandske respondentene. Det betyr at mange av vår respondenter kommer fra en del av Europa som er av de tettest befolkede. Det er derfor ikke usannsynlig at nettopp ro og stillhet er etterspurt i dette nasjonssegmentet av ferierende på destinasjonene.

En annen og kanskje mindre uventet forskjell er det som går på å ”besøke venner og familie”. Når nordmenn ferierer i Norge, er besøk av venner og familie en viktig bestemmende faktor, mens dette, naturlig nok, er mindre viktig for de utlendinger som har valgt å legge ferien sin til Norge. For øvrig legger vi merke til at utlendingene vurderer mange av faktorene som viktigere enn nordmenn. I tillegg til dette med ”ro og stillhet”, vektlegges særlig ”få kontakt med lokalbefolkningen”, ”besøke historiske steder/museer” og ”gjøre noe nytt og annerledes”. I tillegg må nevnes at de utenlandske respondentene i materialet synes å vurdere det å ”se vakre landskaper” som viktigere enn nordmenn.



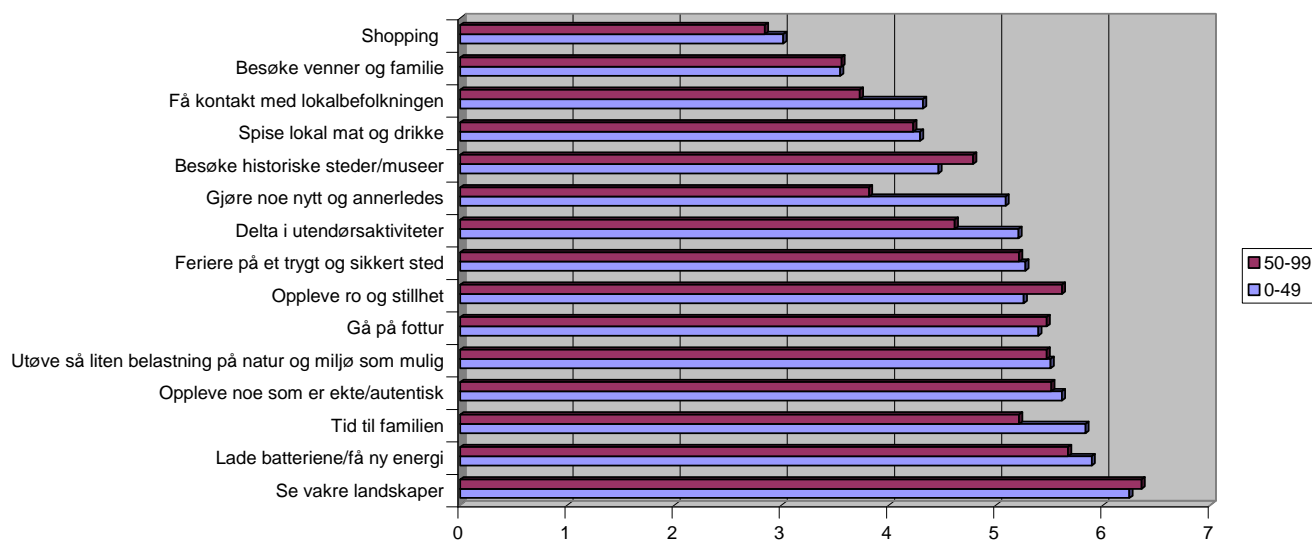
Figur 4 Faktorer som er viktige når man reiser på ferie om sommeren (1-7). Utlendinger og nordmenn

En fordeling av faktorene etter kjønn, slik det er vist i figur 5, gir relativt små utslag. Det synes imidlertid at ”ro og stillhet” i alle fall er minst like viktig for menn som det er for kvinner. Den overrepresentasjonen i materialet av norske kvinner, som vi tidligere har påpekt, er trolig medvirkende til kjønnsfordelingen på faktoren ”besøke venner og familie”.



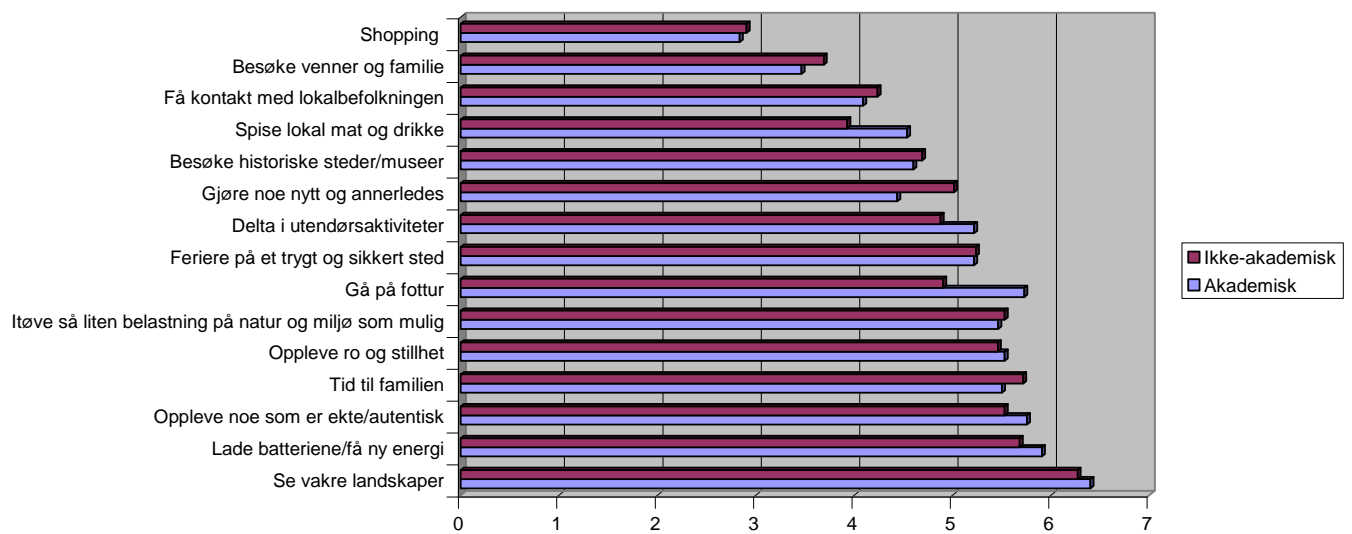
Figur 5 Faktorer som er viktige når man reiser på ferie om sommeren (1-7). Kvinner og menn

Figur 6 viser resultatene når vi fordeler respondentene etter alder, de som er under 50 år på den ene siden og de som er 50 år eller mer på den andre. Det er særlig for en faktor at forskjellen er markant. Det gjelder faktoren "gjøre noe nytt og annerledes". Denne er klart viktigere for de av respondentene som er under 50 enn de som er over. Det er ikke uten videre klart hva som ligger i denne forskjellen, men den kan tyde på at de yngre aldersgruppene er mer motiverte og åpne for nye opplevelser, mens de eldre i større grad gjør ting de er vant med og/eller har god erfaring med fra tidligere. Det er heller ikke usannsynlig at de yngre setter større krav til ferien i den forstand at de i større grad etterspør opplevelser i form av det vi kan betegne som "aktiv ferie". Mens de eldre aldersgruppene nøyer seg med det Kamfjord (2001:138-144) betegner som opplevelsesmåtene "se" og "være", vil de yngre i større grad etterspørre mer aktive opplevelsesmåter, dvs. "gjøre" og "lære". At flere av de yngre respondentene dessuten har mindreårige barn med seg på ferie, påvirker selvfølgelig behovet for aktiv ferie.



Figur 6 Faktorer som er viktige når man reiser på ferie om sommeren (1-7) etter alder

I figur 7 har vi delt materialet i akademikere og ikke-akademikere. En mer detaljert oppdeling etter utdanning var ikke hensiktsmessig ut fra materialets størrelse. For de fleste faktorer vedkommende er det liten forskjell på de to kategoriene respondenter. De respondentene som er akademikere, ser imidlertid ut til å være mer interessert i fysisk aktivitet som fotturer enn ikke-akademikerne. De ser også ut til å være mer interessert i lokal matkultur. Større interesse for kultur for øvrig blant akademikere støttes imidlertid ikke for faktoren ”besøke historiske steder/museer”. På den andre siden er det flere ikke-akademikere som synes det ”å gjøre noe nytt og annerledes” er en viktig faktor enn ikke-akademikerne. Om dette er et uttrykk for at de er mer eventyrlystne og/eller opplevelsesorienterte enn akademikerne, er vanskelig å si. En hypotese om at det er forskjellene i alder, slik vi så det i figur 6, finner vi ikke støtte for her. Riktignok er gjennomsnittsalderen på ikke-akademikerne litt lavere enn for akademikerne (43,9 mot 45,9), men forskjellen er såpass liten at det neppe er forklaringen.



Figur 7 Faktorer som er viktige når man reiser på ferie om sommeren (1-7). Akademisk vs. ikke-akademisk utdanning

5.3 Attraktiviteten ved det norske landskapet

Ett av spørsmålene i spørreskjemaet vårt var følgende: Hva synes du generelt om attraktiviteten ved det norske landskapet? Landskapselementene som var listet opp var:

- Naturlandskapet (i hovedsak det ubebygde)
- Det jordbrukspregede kulturlandskapet
- Hyttebebyggelsen i fjellet
- Hotellene i fjellområdene¹⁵
- Tettstedene
- Byene

Igen skulle deltakerne sette kryss rundt tallverdier fra 1 til 7, med 1 som ikke-attraktivt og 7 som svært attraktivt. I figur 8 er gjengitt totalresultatet for de tre destinasjonene.

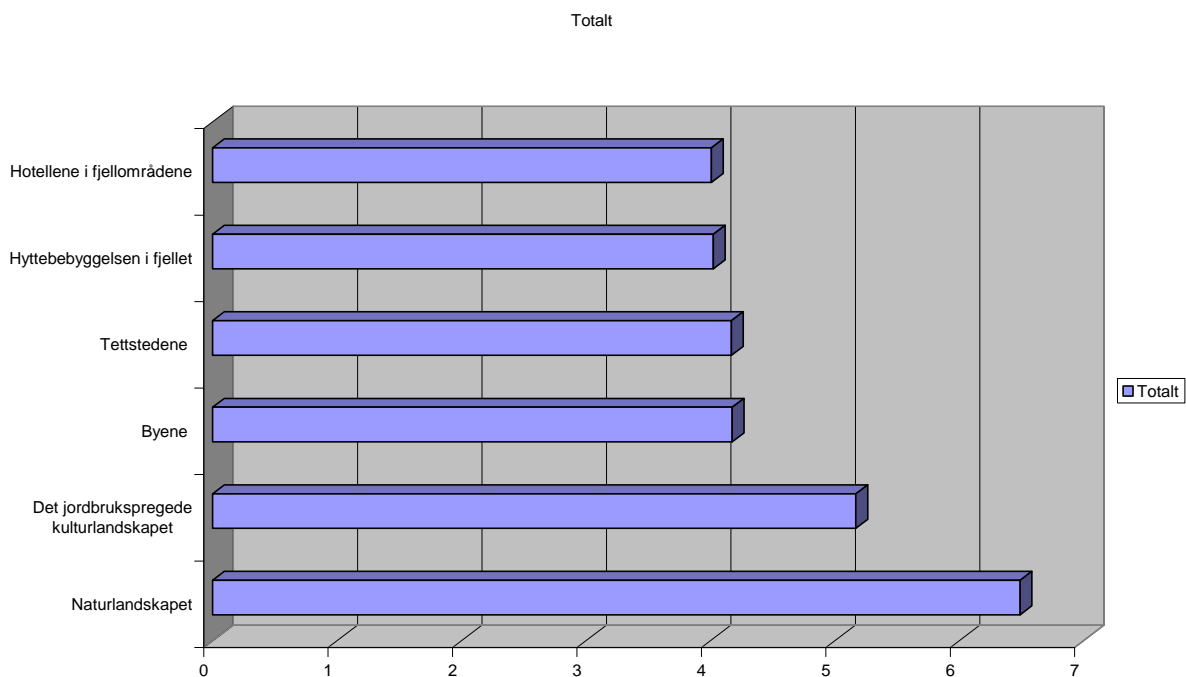
Naturlandskapet (i hovedsak det ubebygde) scorer høyest av de opplistede elementene med omtrent 6,5 som en gjennomsnitt. Det betyr at de aller fleste har krysset av dette elementet som 6 eller 7 i spørreskjemaet. Som en god nummer to har vi det jordbrukspregede kulturlandskapet. I turistsammenheng blir det stadig understreket hvor viktig dette er som

¹⁵ Mangler data blant de fastboende

landskapselement, og hvor uheldig det er at deler av landet vårt nå gror til med sekundærvegetasjon som er lite attraktiv og som, ikke minst, bidrar til å stenge utsikten mot mer attraktive landskapselementer.

De andre elementene scorer relativt likt og betydelig lavere enn de to forannevnte. Totalresultatet skjuler likevel en del ulikheter mellom destinasjonene. Mens ”hotellene i fjellområdene” scorer lavt blant respondentene på Geilo (3,89) og på Hovden (3,38) scorer elementet relativt høyt i Rauland (5,43). Vi kan ikke uten videre forklare dette utover å antyde følgende: I Rauland var det en relativt stor andel av respondentene som bodde på Austbø hotell. Fotomotivundersøkelsen, som vi skal komme tilbake til, viser at mange av disse respondentene uttaler seg svært positivt om dette hotellet, noe som kommer til uttrykk på den måten at det både er valgt som motiv og blir omtalt forøvrig. At dette også kan ha påvirket svargivningen på det spørsmålet vi her omtaler, er ikke usannsynlig.

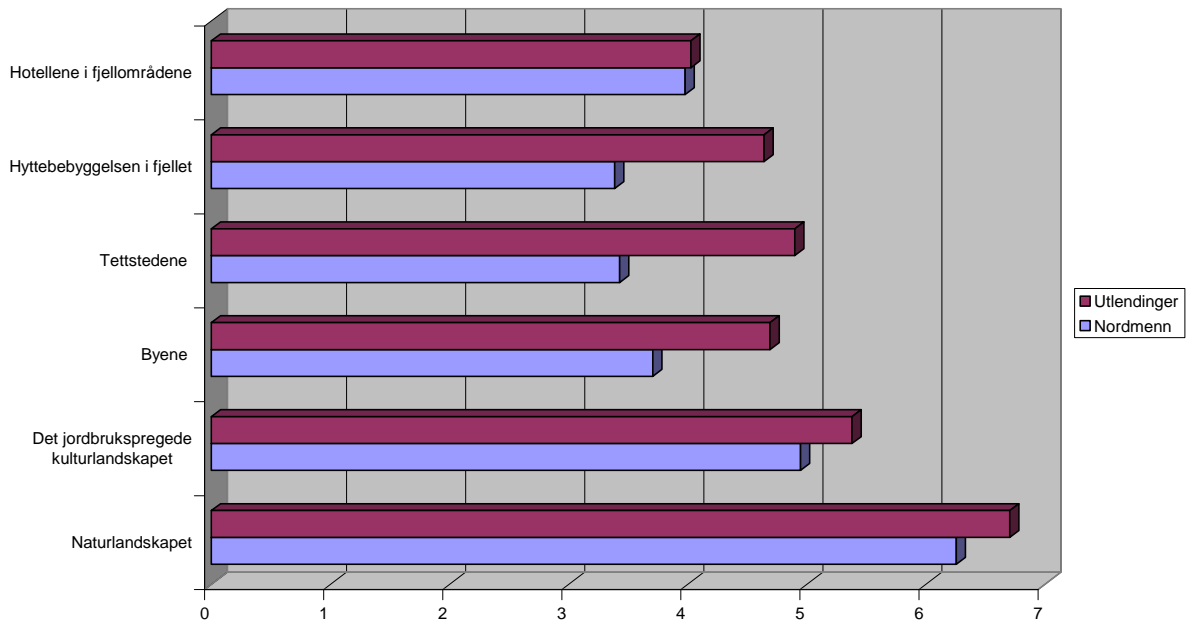
En konsekvens av det som kommer fram her, er behovet for hensyntagen til de inngrep vi gjør i det naturlandskapet som turistene finner så attraktivt. Dette vil vi komme tilbake til i en diskusjon seinere i denne rapporten.



Figur 8 Attraktiviteten ved det norske landskapet (1-7). Hele materialet

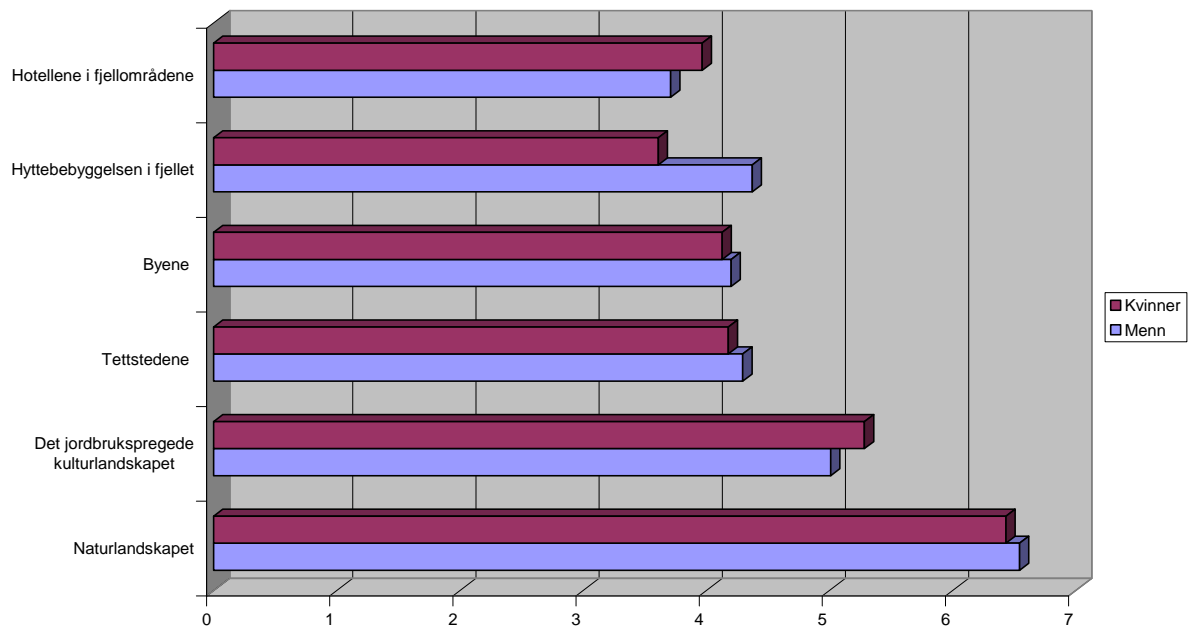
I figur 9 har vi kyskjørt de samme variablene mot ”nasjonalitet”. Figuren viser at de utenlandske respondentene i hovedsak er betydelig mer positive til de landskapselementene vi valgte å spørre om enn de norske, og særlig gjelder dette ”tettstedene” ”hyttebebyggelsen i fjellet” og ”byene”. En skal ikke se bort fra at disse elementene virker litt mer eksotisk på

utlendingene enn på oss nordmenn, og at det påvirker vurderingen av variablene i positiv retning.



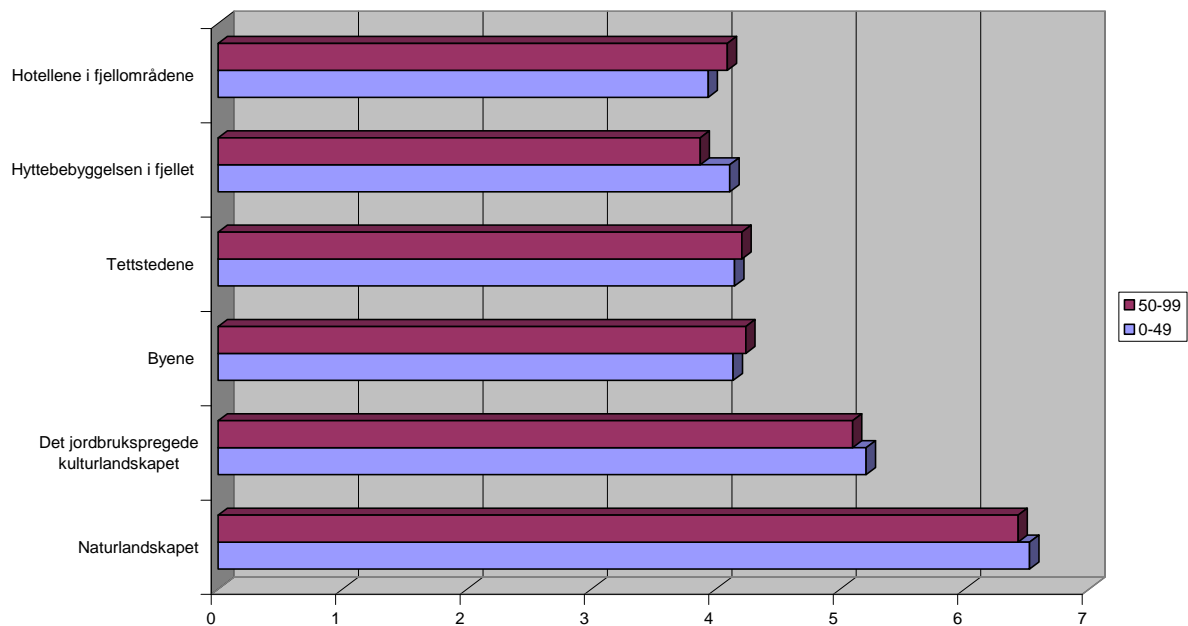
Figur 9 Attraktiviteten ved det norske landskapet (1-7). Utlendinger og nordmenn

Med unntak av ”hyttebebyggelsen på fjellet” er det relativt små avvik mellom kvinner og menn når det gjelder vektleggingen av de angitte variablene (figur 10). Vi skal være forsiktige med å hevde at menn på generell basis er mer positive til hyttebebyggelsen i fjellet enn kvinner er, selv om tallene her kan gi en indikasjon på det. Vi har tidligere manet til varsomhet når det gjelder tolking mot kjønn fordi vi vet at både motivvalg og sannsynligvis også besvarelsen av skjemaene i mange tilfeller har skjedd i et samarbeid mellom flere familiemedlemmer, venner som reiser sammen etc.



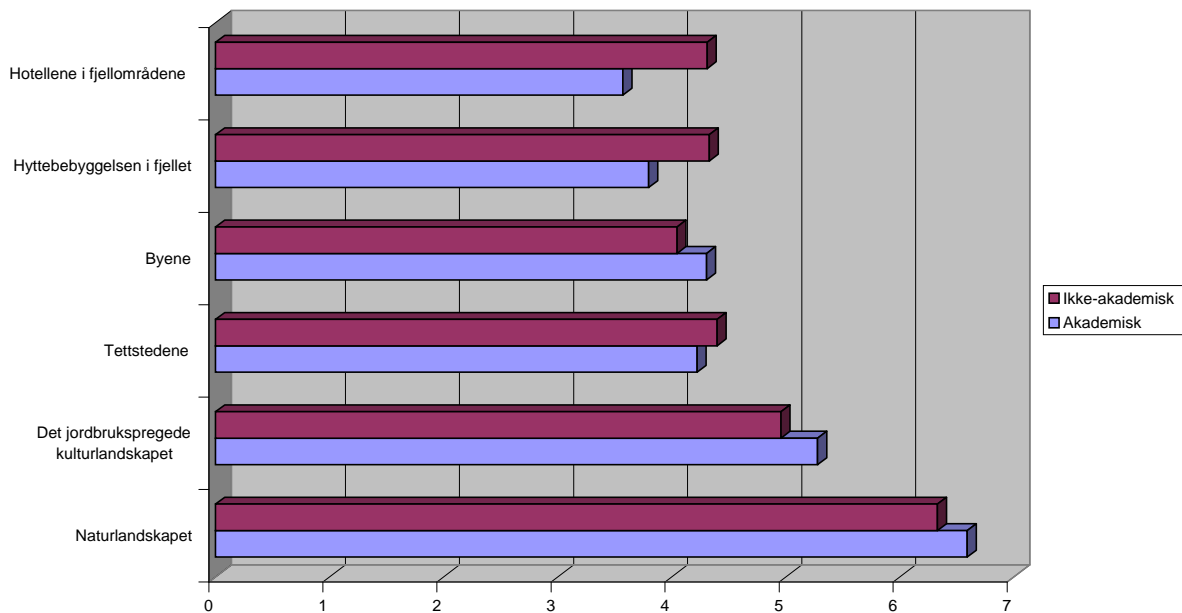
Figur 10 Attraktiviteten ved det norske landskapet (1-7). Kvinner og menn

En fordeling av svarene etter alder gir et resultat som er nesten påfallende likt mellom de yngre og de noe eldre respondentene. Materialet gir altså intet grunnlag for å hevde at vurderingen av attraktiviteten på de valgte variablene endrer seg med alderen.



Figur 11 Attraktiviteten ved det norske landskapet(1-7) etter alder

En krysskjøring av variablene mot utdanning gir heller ikke store utslag på resultatene. Det synes imidlertid å være en tendens i retning av at respondenter med ikke-akademisk utdanning er noe mindre kritiske til attraktiviteten ved ”hotellene i fjellområdene” samt ”hyttebebyggelsen i fjellet” enn respondenter med akademisk utdanning.

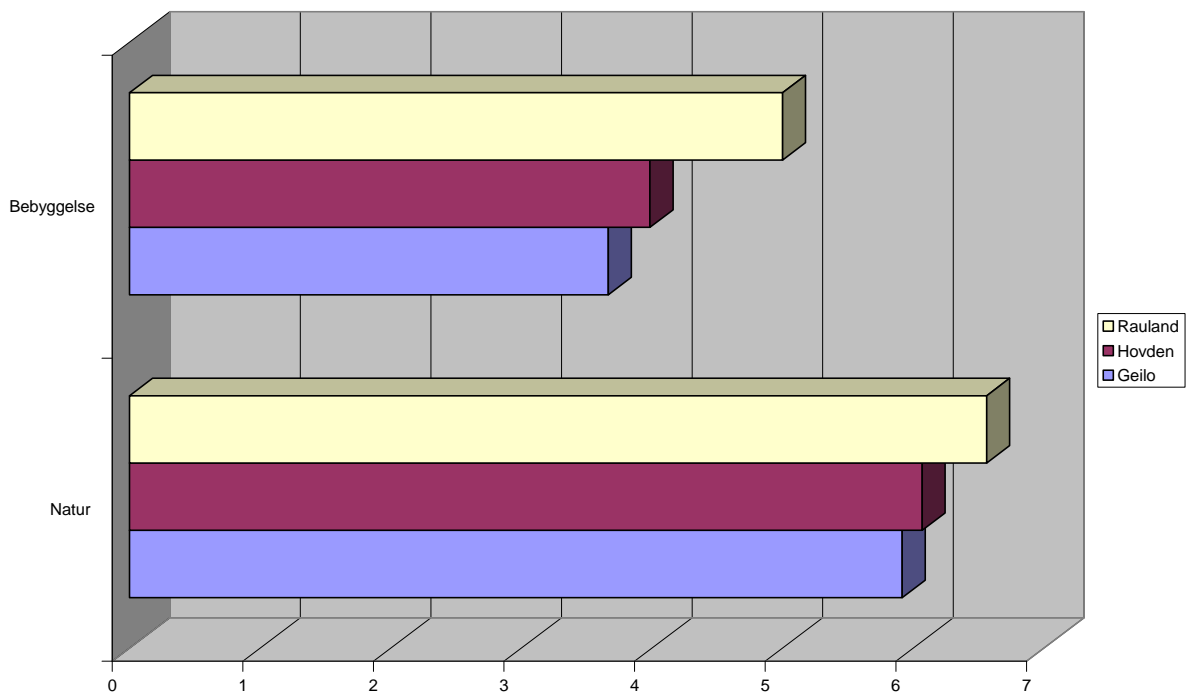


Figur 12 Attraktiviteten ved det norske landskapet (1-7). Akademikere og ikke-akademikere

5.4 Landskapskvaliteten på de utvalgte destinasjonene

Deltakerne i undersøkelsen ble spurt om hva de synes om landskapskvalitetene på den destinasjonen de oppholder seg på. Igjen ble det anvendt en skala fra +1 til +7 med +1 som ikke attraktivt og +7 som svært attraktivt. Attraktiviteten skulle vurderes i forhold til variablene **natur** og **bebyggelse** (turister) eller kun **landskapskvaliteter** (de fastboende). Resultatene er vist i figurene 13 og 14.

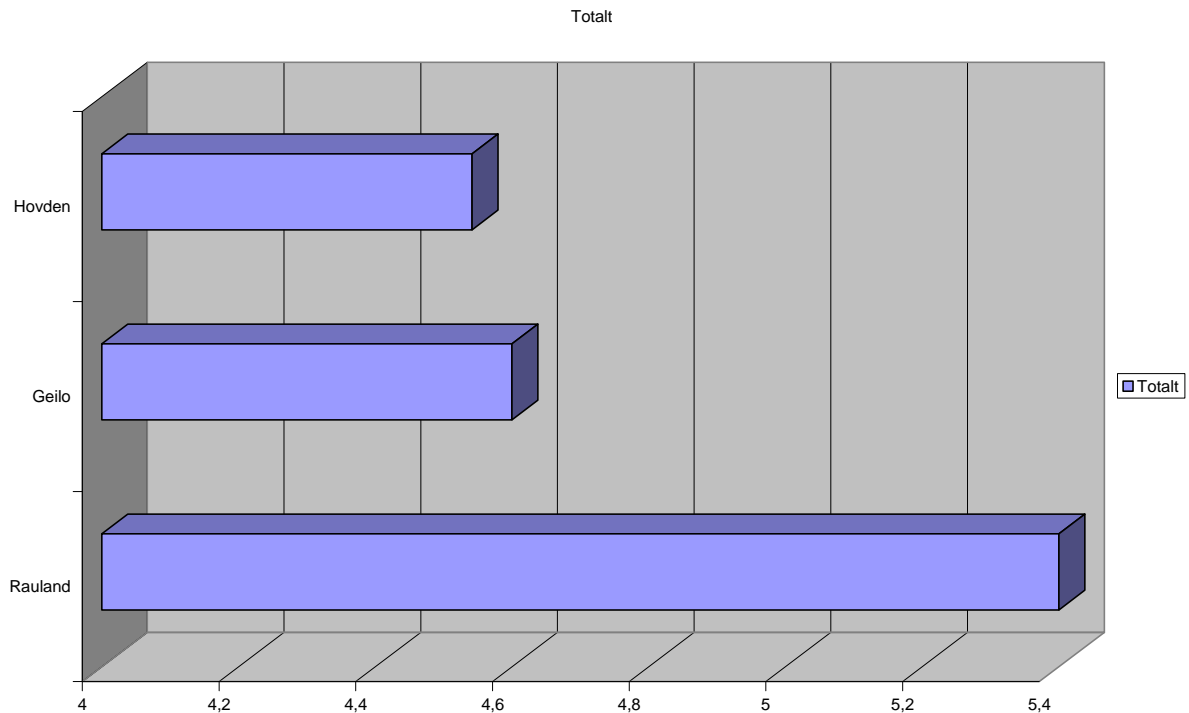
Ser vi på figur 13, er det særlig to forhold som er verdt å kommentere. For det første scorer natur høyere enn bebyggelse på alle de tre destinasjonene. Igjen får vi dokumentert at det er det upåvirkede landskapet som er mest attraktivt for turistene. Det andre forholdet vi legger merke til, er at Rauland scorer høyest av de tre for begge variablene. Særlig gjelder dette bebyggelse. Sammenholder vi dette med det som seinere kommer fram i selve fotomotivundersøkelsen, nemlig at de bygningselementene som får mest negativ omtale av turistene, finner vi på Geilo og på Hovden og i mindre grad i Rauland, kan noe av forklaringen ligge her. Det er sannsynlig at det er et visst samsvar mellom den erfaringen fotomotivarbeidet gir turistene om negative bygningselementer og den vurderingen de gir om dette i spørreskjemaet.



Figur 13 Vurdering av landskapskvalitetene (natur og bebyggelse) på de tre destinasjonene. Turister

Går vi imidlertid et skritt videre, ser vi også at de fastboende vurderer landskapskvalitetene samlet sett høyere i Rauland enn på de to andre destinasjonene (figur 14). Det er likevel grunn til å mane til varsomhet med tolkningen her i og med at tallmaterialet er så lite, særlig for Geilos vedkommende. At Rauland samlet for hele materialet kommer bedre ut enn de to andre, fortjener imidlertid noen kommentarer fra vår side.

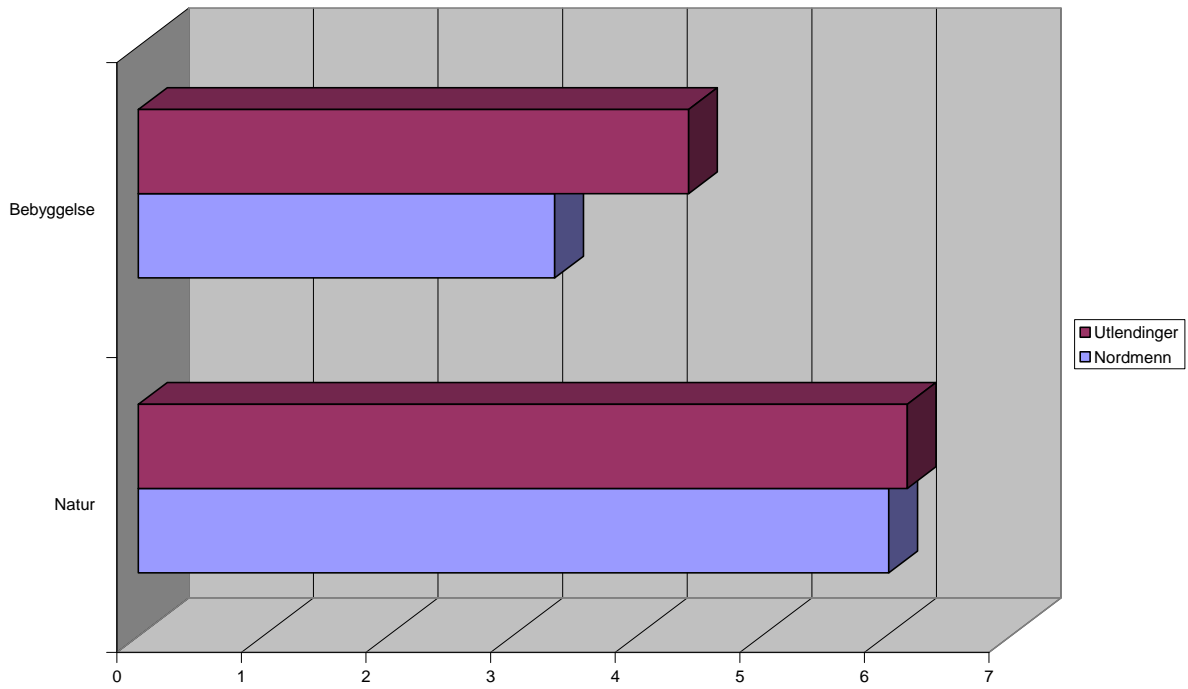
Vinje og Hol er av de kommunene i landet som har hatt den sterkeste hytteutbyggingen i seinere år. Rauland som destinasjon bærer imidlertid mindre preg av turismen enn både Hovden og Geilo. Ikke minst bærer den mindre preg av å være en vinterdestinasjon. Senteret i Rauland (Krossen) er lite og har eksempelvis bare ett mindre hotell (Austbø). Kommersielle overnattingsbedrifter finner du ellers i nærheten av Rauland skisenter og Vierli i tillegg til Rauland høgfjellshotell. Det er flere hoteller i nærheten, men disse ligger i Tinn og er ikke en del av denne destinasjonen. Nå skal vi være forsiktige med å hevde at sterkt turistpreg forringer de landskapsmessige kvalitetene ved en destinasjon, men en skal ikke se bort fra at dersom en destinasjon greier å bevare sitt opprinnelige særpreg, altså framstå som mer autentisk, og kanskje også mindre kommersiell, vil dette kunne påvirke turistenes oppfatning av landskapskvalitetene i positiv retning. Om dette er en medvirkende årsak til resultatet i Rauland, skal vi ikke si for sikkert, men en viss effekt i den retning skal en ikke se bort fra.



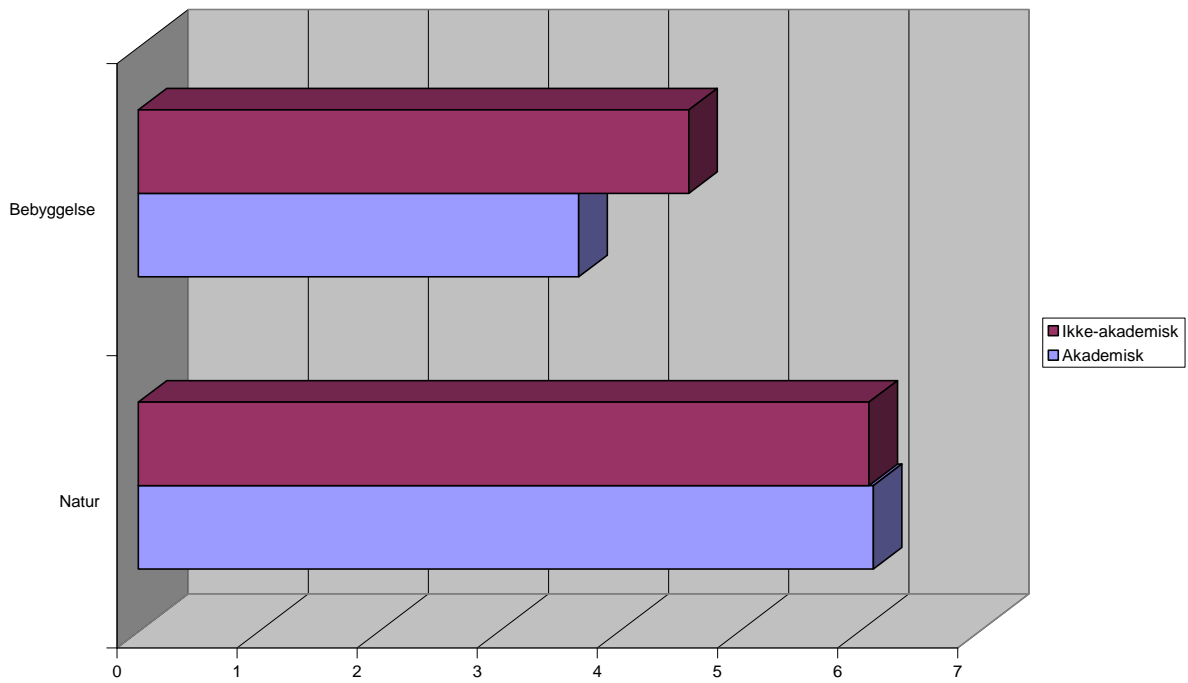
Figur 14 Landskapskvalitetene samlet på de tre destinasjonene. Fastboende

En kjønnsmessig fordeling av turistene når det gjelder vurderingen av natur og bebyggelse, gir relativt beskjedne forskjeller og blir derfor ikke drøftet nærmere i dette avsnittet. Deler vi derimot materialet i norske og utenlandske turister, får vi bekreftet det som kom fram tidligere (jf. fig. 9), nemlig at utlendinger vurderer de norske landskapskvalitetene høyere eller kanskje mindre kritisk enn det vi nordmenn gjør, og særlig ser vi forskjell her når det gjelder variabelen bebyggelse. Selv om fotomotivundersøkelsen viser at også utlendingene er kritiske til elementer på de tre destinasjonene, er det med grunnlag i dette neppe slik at norske tettsteder, i alle fall fra et landskapsmessig synspunkt, er så lite attraktive at utlendingene av den grunn skynder seg for å komme derifra. Da er trolig faren større for at norske turister gjør det.

Vi har også krysskjørt materialet når det gjelder alder og finner minimale forskjeller på turistene under og over 50 år når det gjelder vurderingen av de to nevnte variablene. Blant de få fastboende (N=29) er det derimot en forskjell på de to aldersgruppene i vurderingen av samlet landskapskvalitet på de tre destinasjonene. De eldre aldersgruppene vurderer dette mer positivt enn de yngre. Igjen er materialet lite, og vi har heller ikke noen god forklaring på forskjellen, slik at vi avstår fra å kommentere det ytterligere.



Figur 15 Vurdering av landskapskvalitetene på de tre destinasjonene (1-7). Norske og utenlandske turister



Figur 16 Vurdering av landskapskvalitetene på de tre destinasjonene (1-7). Norske og utenlandske turister etter utdanning

En sammenligning av de med akademisk utdanning vs. de med ikke-akademisk utdanning er vist i figur 16. For variabelen natur er forskjellen svært liten mellom de to respondentgruppene. Når det derimot gjelder vurderingen knyttet til bebyggelse, er situasjonen annerledes. Ikke-akademikerne gir det bebygde landskapet høyere kvalitetsvurdering enn akademikerne (jf også fig. 11). Det kan være flere grunner til dette, men den mest nærliggende er at den utdanningen akademikerne har vært gjennom, kanskje også forsterket gjennom deres yrkesdeltakelse, oppøver evnen til kritisk tenkning sterkere enn ikke-akademikerne. Det er rimelig å anta at dette også medfører at akademikerne ser på landskapet, og da særlig det bebygde/konstruerte, med mer kritiske øyne enn ikke-akademikerne. At dette da gir som resultat en lavere ranking av denne variabelen, er sannsynlig. De fastboendes vurdering av de samlede landskapskvaliteter på de tre destinasjonene styrker vår tro på at forskjellen mellom de to respondentgruppene ikke beror på tilfeldigheter (fig 17). Vi vil likevel understreke at materialet er lite.

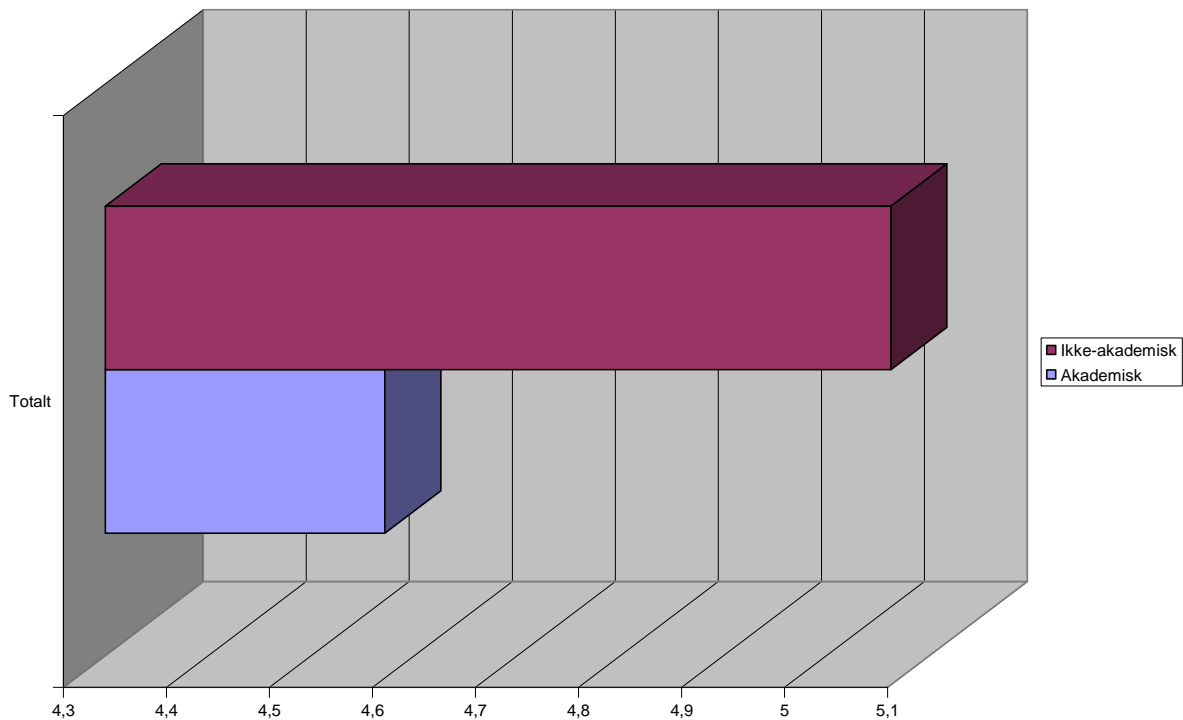


Fig 17 Vurdering av samlede landskapskvaliteter på destinasjonene etter utdanning. Fastboende

5.5 Oppsummering

Vi vil oppsummere dette kapitlet med følgende:

- Den typiske deltakeren i undersøkelsen er i 40-årsalderen. Det er tilnærmet lik fordeling mellom nordmenn og utlendinger, og det er noen flere kvinner enn menn. Menn er imidlertid overrepresentert blant de utenlandske deltakerne.
- ”Å se vakre landskaper” er den viktigste faktoren når man reiser på ferie om sommeren. ”Å oppleve ro og stillhet” er særlig viktig for utlendingene og vel så viktig for menn som for kvinner. Aktivitetsbehovet er større blant de yngre enn blant de eldre deltakerne i undersøkelsen. Fotturer og lokal matkultur synes å ha større betydning for akademikere enn for ikke-akademikere.
- Deltakerne i undersøkelsen har bl.a. vurdert følgende norske landskapselementer:
 - Naturlandskapet (i hovedsak det ubebygde)
 - Det jordbrukspregede kulturlandskapet
 - Byene
 - Tettstedene
 - Hyttebebyggelsen i fjellet
 - Hotellene i fjellområdene
 - Tettstedene
 - Byene

Naturlandskapet og det jordbrukspregede landskapet scorer høyere enn de resterende elementene. Utlendingene gir landskapet gjennomgående høyere karakter enn det nordmenn gjør, og særlig finner de tettstedene, hyttebebyggelsen i fjellet og byene mer attraktive enn nordmenn gjør. Vurderingen av hyttebebyggelsen i fjellet er noe lavere blant kvinner enn blant menn. Både når det gjelder alder og utdanning er det små utslag for disse variablene.

- En vurdering av landskapskvalitetene spesifikt knyttet til de tre destinasjonene gir som resultat at Rauland kommer bedre ut enn de to andre. Vi er usikre på hva som er grunnen til dette, men vi antyder at Rauland kanskje framstår som mindre, noe mer autentisk og mindre kommersiell enn de to andre.

Også i denne mer stedsspesifikke vurderingen får vi bekreftet at utlendingene er mer positive (eller mindre kritiske) til landskapskvalitetene (særlig bebyggelse) enn nordmenn er. Videre ser det ut til at ikke-akademikerne er mer positive til kvalitetene knyttet til bebyggelse enn akademikerne.

6 FOTOMOTIVUNDERSØKELSEN

6.1 Innledning

I det følgende skal vi presentere resultatene fra fotomotivundersøkelsen på de tre destinasjonene. Deltakerne i undersøkelsen ble bedt om å velge motiv som a) hadde særlig attraktive landskapskvaliteter i seg og tilsvarende b) var særlig lite attraktive/skjemmende. Vi signaliserte at vi var særlig ute etter **den menneskepåvirkede delen av landskapet**, men det forhindret ikke at mange, og ikke minst utlendingene, valgte en del mer eller mindre uberørte natur-/landskapsmotiv. Dette tar vi som et klart tegn på at nettopp natur/landskap er en svært viktig del av den opplevelsen turistene er ute etter når de reiser rundt i Norge. I arbeidet med materialet har vi valgt å ordne/kategorisere det på følgende måte:

Positive/attraktive motiv:

- Natur/landskap
- Rester av historie/kultur
- Bygninger
- Tilrettelegging
- Annet

Negative/skjemmende motiv:

- Bygninger
- Andre konstruksjoner/utbyggingsområder
- Sjøppel
- Containere
- Campingvogner etc.
- Kraftledninger
- Annet

Kategoriseringen er gjort på grunnlag av turistenes beskrivelse av motivene. I tilfeller der beskrivelsene har vært dårlige eller kvalitetene på bildene ikke har vært god nok, har vi vært nødt til å legge til grunn en del skjønn. Imidlertid gjelder dette bare en relativt liten del av materialet.

Av dokumentasjonen nedenfor vil det gå fram at ”annet”-kategoriene blir ganske store. Kritikere kan i den forbindelse bemerke at kategoriseringen burde ha vært slik at dette hadde vært unngått. En gjennomgang av motivene viser oss at det ikke uten videre hadde vært enkelt, fordi bildene og beskrivelsene, som i og for seg kan være interessante nok, i relativt mange tilfeller spriker mye, og noen av dem har bare begrenset verdi når det gjelder landskapskvaliteter. Som mer konkrete motivkategorier har de derfor ikke vært særlig aktuelle.

Innenfor noen motivkategorier er det relativt få bilder. Det gjelder særlig ”rester av historie/kultur”, og vi kunne selvsagt ha sløyfet den som egen kategori. Nå har det seg likevel slik at kategorien er ganske snevert definert. Det betyr bl.a. at flere av motivene som er plassert i kategorien ”bygninger”, også kunne ha forsvart en plass i nevnte kategori.

6.2 Motivvalgene på destinasjonene

I tabell 7 og tabell 8 er gjengitt motivvalgene på de tre destinasjonene. Vi skal være varsomme med å tolke disse valgene, men noen forhold er verdt å nevne: Hovden har relativt større andel bygninger i motivvalgene enn de to andre destinasjonene, særlig på den negative siden. Ut fra den kjennskapen vi har til motivvalgene, er det likevel neppe grunnlag for å hevde at Hovden har større andel av sin bygningsmasse enn de andre destinasjonene som turistene anser som skjemmende. De bygningene som respondentene har reagert negativt på når det gjelder Hovden, er imidlertid svært synlige, til dels dominerende i landskapsbildet og er derfor gjengangere på mange av fotoene.

Et annet forhold vi synes det er verdt å nevne, er at Rauland har en svært stor ”annet”-kategori når det gjelder negative motivvalg. Vi har gått gjennom materialet flere ganger for å se om det er grunnlag for å dele opp denne kategorien i flere, men har valgt å beholde det opprinnelige oppsettet. Vi ser imidlertid at Rauland utpeker seg med noen motivvalg knyttet til forhold langs veiene, som vi ikke har i samme grad på de to andre destinasjonene. Motivvalg knyttet til **gjengroing** omfatter i Rauland 5 motiv. I tillegg reageres det på den ryddinga som skjer langs veien. Den ”knusingen” av vegetasjon som skjer langs norske veier er det flere av respondentene i Rauland som har reagert på. Dette har åpenbart skjedd i tidsrommet rett før oppholdet for en del av våre turister, og har slik sett også vært svært synlig i undersøkelsesperioden.

Tabell 7 Motivvalgene på de tre destinasjonene. Positive motiver. Absolutte tall. relative tall i ()

Motivkategorier	Geilo	Hovden	Rauland	Totalt
Natur/landskap	52 (30)	71 (24)	46 (26)	169 (26)
Rester av historie/kultur	3 (2)	5 (2)		8 (1)
Bygninger	54 (31)	120 (41)	70 (40)	244 (38)
Tilrettelegging	35 (20)	50 (17)	24 (14)	109 (17)
Annet	28 (16)	49 (17)	34 (20)	111 (17)
I alt	172 (99)	295 (101)	174 (100)	641 (99)

Tabell 8 Motivvalgene på de tre destinasjonene. Negative motiver. Absolutte tall. Relative tall i ()

Motivkategorier	Geilo	Hovden	Rauland	Totalt
Bygninger	34 (32)	128 (62)	27 (25)	189 (45)
Utbyggingsområder/andre inngrep	28 (26)	26 (13)	18 (17)	72 (17)
Søppel/rot	3 (3)	22 (11)	10 (9)	35 (8)
Containere	2 (2)	1 (0)	9 (8)	12 (3)
Campingvogner etc.	3 (3)	5 (2)	5 (5)	13 (3)
Kraftledninger	5 (5)	3 (1)	2 (2)	10 (2)
Annet	31 (29)	22 (11)	38 (35)	91 (22)
I alt	106 (100)	207 (100)	109 (101)	422 (100)

I tabell 9 og 10 har vi sett på motivvalgene etter respondentenes kjønn. Når det gjelder de positive valgene, ser vi relativt små forskjeller mellom kjønnene. Ser vi på de negative valgene, er imidlertid forskjellene litt større. En noe større andel kvinner har valgt bygningsmotiv enn menn, mens menn i større grad har tatt bilder av ”utbyggingsområder/andre inngrep”. Ikke minst pga. den store andelen av respondentene som ikke har oppgitt kjønn, skal vi likevel være varsomme med å generalisere i forhold til dette.

Tabell 9 Positive motivvalg etter kjønn. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Menn	Kvinner	Uoppgitt kjønn	Totalt
Natur/landskap	25	28	24	26
Rester av historie/kultur	1	2	0	1
Bygninger	37	38	41	38
Tilrettelegging	16	15	27	17
Annet	21	17	8	17
I alt	100	100	100	99
N	264	291	86	641

Tabell 10 Negative motivvalg etter kjønn. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Menn	Kvinner	Uoppgitt kjønn	Totalt
Bygninger	39	45	58	42
Utbyggingsområder/andre inngrep	23	14	10	19
Søppel	7	6	15	7
Containere	3	3	1	3
Campingvogner etc.	3	2	4	3
Kraftledninger	2	3		3
Annet	22	26	12	24
I alt	99	99	100	101
N	172	172	78	422

Motivvalgene fordelt på alderskategoriene under 50 år og 50 år og over, gir også små utslag på positive motivvalg, men litt større differanser på negative motiver. Ut fra de valgene som er gjort, kan det se ut som om de eldste er mer opptatt av skjemmende bygningsmasse enn de yngre. Igjen vil vi imidlertid advare mot å generalisere. En relativt stor andel av respondentene har unnlatt å oppgi alder.

Tabell 11 Positive motivvalg etter alder. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Under 50 år	50 år og mer	Uoppgitt alder	Totalt
Natur/landskap	26	28	23	26
Rester av historie/kultur	1	3	0	1
Bygninger	38	38	40	38
Tilrettelegging	16	13	29	17
Annet	19	19	9	17
I alt	100	101	101	99
N	329	221	91	641

Tabell 12 Negative motivvalg etter alder. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Under 50 år	50 år og mer	Uoppgitt alder	Totalt
Bygninger	39	46	58	45
Utbyggingsområder/andre inngrep	20	16	11	17
Søppel	8	5	15	8
Containere	5	1	1	3
Campingvogner etc.	3	3	4	3
Kraftledninger	4	1		2
Annet	21	28	11	22
I alt	100	100	100	100
N	205	137	80	422

En fordeling av materialet på nordmenn og utlendinger gir en del interessante utslag (tabell 13 og 14). For det første ser vi at utlendingene i noe større grad enn nordmenn velger positive motiv framfor negative (65 % mot 56 %). For det andre er fordelingen på motivkategorier ganske forskjellig. Natur/landskap er langt mer framtrødende i utlendingenes valg enn de er hos nordmenn. Nordmenn velger i langt større grad bygninger som gjenstand for sine motiver, både positive og negative. Vi ser umiddelbart to mulige årsaker til disse ulike motivvalgene. For det første kommer utlendingene i stor grad til Norge nettopp for å skaffe seg natur-/landskapsopplevelser, og det er ikke urimelig at dette avspeiler seg også i valgene. For det andre, som vi også antydte i Gausta-undersøkelsen (Prestholdt 1997), er dette med vurdering av bygningsmasse i noen grad preget av kulturelle tradisjoner, noe som trolig betyr at vi nordmenn har sterkere preferanser enn utlendingene i forhold til bygningsmasse.¹⁶ Den nøyaktighet og grundighet i utfyllingen av skjemaene som vi har sett, tyder ikke på at årsaken er at utlendingene mer enn nordmenn overser vår instruksjon om at det er det bebygde/konstruerte landskapet man skulle konsentrere seg om. At instruksjonen er lest dårligere blant en del av utlendinger, er likevel en mulighet vi ikke skal avvise.

Et annet forhold som er verdt å nevne, er tendensen blant utlendinger til i større grad å velge "søppel" i sine motivvalg enn nordmenn. Det kan være grunn til å stille spørsmål om vi i noen grad blir blinde overfor vår egen forsøpling. I tilfelle er det et forhold som kan være alvorlig i en reiselivssammenheng.

¹⁶ Jf også Dearden (1989)

Tabell 13 Positive motivvalg, nordmenn og utlendinger. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Nordmenn	Utlendinger	Uoppgitt	Totalt
Natur/landskap	14	37	25	26
Rester av historie/kultur	2	1	0	1
Bygninger	46	31	75	38
Tilrettelegging	19	15	0	17
Annet	18	17	0	17
I alt	99	101	100	99
N	294	343	4	641

Tabell 14 Negative motivvalg, nordmenn og utlendinger. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Nordmenn	Utlendinger	Uoppgitt	Totalt
Bygninger	54	34	0	45
Utbyggingsområder/andre inngrep	11	24	100	17
Søppel	5	12	0	8
Containere	3	2		3
Campingvogner etc.	4	2		3
Kraftledninger	2	3		2
Annet	21	23	0	22
I alt	100	100	100	100
N	232	189	1	422

Vi har også gjort en inndeling av materialet der vi har skilt mellom fastboende og turister (tabell 15 og 16). Mens 31 % av turistenes positive motivvalg knytter seg til natur/landskap, gjelder dette bare 12 % av de fastboende, og mens 55 % av de positive motivvalgene er bygninger blant de fastboende, gjelder dette 33 % blant turistene. Blant de negative motivvalgene, ser vi en tendens, riktignok svakere, i samme retning. 50 % av de negative valgene blant de fastboende er "bygninger", mens det gjelder 43 % av turistene. Relativt flere av turistene har valgt "utbyggingsområder/andre inngrep" enn de fastboende (20 % mot 10 %). Vi tror forskjellene har å gjøre med de fastboendes lokalkunnskap. Det er sannsynlig at mange av motivvalgene hos de fastboende faktisk er gjort før man har gått ut for å fotografere. Gjennom års tilstedeværelse i området har de fastboende mer enn turistene opparbeidet landskapsmessige preferanser og motsatt forhold man finner skjemmende. Bygningsmasse blir svært konkret i en slik sammenheng og blir antakelig naturlig dominerende i de fastboendes valg.

Tabell 15 Positive motivvalg, fastboende og turister. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Fastboende	Turister	Uoppgitt	Totalt
Natur/landskap	12	31	25	26
Rester av historie/kultur	1	1	0	1
Bygninger	55	33	75	38
Tilrettelegging	17	17	0	17
Annet	15	18	0	17
I alt	100	100	100	99
N	146	491	4	641

Tabell 16 Negative motivvalg, fastboende og turister. Hele materialet. Prosent

Motivkategorier	Fastboende	Turister	Uoppgitt	Totalt
Bygninger	50	43	0	45
Utbyggingsområder/andre inngrep	10	20	100	17
Søppel	5	10	0	8
Containere	5	2		3
Campingvogner etc.	4	3		3
Kraftledninger	3	2		2
Annet	23	21	0	22
	100	101	100	100
N	120	301	1	422

Til slutt har vi krysskjørt materialet mot utdanning (tabell 17 og 18). Tilsvarende kjønn og alder er avkryssingen for utdanning utelatt i mange skjema, noe som selvsagt bidrar til å redusere verdien av tallene. I våre tall er det 31 % av ikke-akademikerne som velger ”natur/landskap” blant de positive motivene mot 26 % blant akademikerne, mens det er større andel som har valgt tilretteleggingsmotiv blant akademikerne enn blant ikke-akademikerne (18 % mot 13 %). I hvilken grad vi skal vektlegge dette og/eller det faktum at flere ikke-akademikere enn akademikere velger motiv med ”søppel”, er usikkert.

Tabell 17 Positive motivvalg etter utdanning. Prosent

Motivkategorier	Akademisk	Ikke-akademisk	Uoppgitt	Totalt
Natur/landskap	26	31	18	26
Rester av historie/kultur	1	1	2	1
Bygninger	37	35	46	38
Tilrettelegging	18	13	24	17
Annet	18	20	10	17
I alt	100	100	100	99
N	307	224	110	641

Tabell 18 Negative motivvalg etter utdanning. Prosent

Motivkategorier	Akademisk	Ikke-akademisk	Uoppgitt	Totalt
Bygninger	44	41	52	45
Utbyggingsområder/andre inngrep	17	20	12	17
Søppel	3	11	15	8
Containere	2	5	2	3
Campingvogner etc.	3	2	4	3
Kraftledninger	2	5		2
Annet	28	17	15	22
I alt	99	101	100	100
N	201	132	89	422

6.3 Oppsummering

Vi vil kort oppsummere dette kapitlet slik:

- Bygningsmotiv er noe sterkere representert på Hovden enn på de to andre destinasjonene, og overrepresentasjonen er sterkest på de motivene som i følge deltakerne framstår som skjemmende. Noe av dette kan forklares ved et par motiv som er hyppige gjengangere på Hovden.
- Utlendinger velger i større grad positive motiv som inneholder natur/landskap enn nordmenn samt negative motiv knyttet til utbyggingsområder/andre inngrep. Tilsvarende er bygningsmotiv, både attraktive og skjemmende, i større grad et valg blant nordmenn enn blant utlendinger. At det gjennomgående er sterkere meninger, både positive og negative, til egen enn til fremmed bygningskultur er sannsynlig.
- En tilsvarende deling av materialet mellom fastboende og turister bekrefter samme tendensen, nemlig en overrepresentasjon av motiv knyttet til natur/landskap blant turistene og en overrepresentasjon av bygningsmotiv (både positive og negative) blant de fastboende.
- Testing av materialet på alder, utdanning og kjønn gir mindre utslag på resultatene. Relativt mange ubesvarte skjema for disse variablene svekker i tillegg utsagnskraften.

7 EN NÆRMERE OMTALE AV MOTIVVALGENE

I det følgende vil vi gjøre en relativt kortfattet omtale av de konkrete motivvalgene, slik de går fram av fotografiene. Vi viser i den forbindelse til vedlegg 1, der et utvalg av motivene er tatt med. Omtalen er gjort destinasjonsvis med en samlet drøfting/oppsummering til slutt.

7.1 Geilo

Positive landskapskvaliteter

En del av respondentene har valgt å ta med en del motiver sterkt knyttet til **natur/landskap**. Det er oversiktsbilder fra utsiktspunkt, eller mot horisont som er dominerende sammen med bilder der rennende eller stille vann er av betydning for motivvalget. En del av motivene er ikke for reine naturlandskapsmotiv å regne. Innslag av kulturlandskap er klart til stede i flere av bildene. Likevel er kommentarer som *”Enjoy the pureness of nature”* eller *”This is the best of Norway. Pure nature.”*, relativt klar dokumentasjon på hva mange av de utenlandske turistene er ute etter når de kommer til Norge. Dette ser vi av kommentarene fra respondentene på de to andre destinasjonene også.

Av positive motiver knyttet til **bygningssmasse** er **Dr. Holms hotell** en av de som skiller seg ut. Mange av respondentene har valgt å ta med seg dette motivet med kommentarer som:

- *”Flott og stilfullt som høyner standarden på Geilo.”*
- *”Vakker byggestil.”*
- *”High class hotel in Norwegian style.”*

En annen “vinner” er **Geiljordet**, et bygdetun som er bygd opp sentralt i Geilo sentrum. Mange av respondentene setter åpenbart pris på den tradisjonen og autentisiteten dette representerer. *”Wooden houses with grass roofs look great, and in these you can go inside”*, sier en av de utenlandske turistene, tydelig inspirert av denne attraksjonen.

Geilo kirke er et annet motiv som er trukket fram av noen respondenter, likedan **Tunet Varehus**. Til tross for at sistnevnte er et relativt stort forretningsbygg, synes respondentene at man har truffet bra arkitektonisk. Det gis nettopp uttrykk for at man synes at arkitekturen er fin, og det nevnes også som positivt at bygget ikke er for høyt.

De reine hyttemotivene er noe færre blant respondentene på Geilo enn på de to andre destinasjonene. Dette har neppe å gjøre med at respondentene her er mindre opptatt av hytter og hytteutforming enn på Hovden eller i Rauland. Det faktum at Geilo sentrum er større og således byr på flere motiver sentralt er trolig den viktigste årsaken til at de rene hyttemotivene er færre.

Tilrettelegging for turistene, og kanskje særlig enkel tilrettelegging i form av lett opparbeidede gangveier og turløyper med god informasjon og skilting, blir sett på som positivt ut fra motivvalgene. Motiv fra Ustedalsfjorden rundt er en gjenganger, og golfbanen i

Vestlia er godt integrert i landskapet i følge en av respondentene, mens en annen er negativ til denne golfbanen. Tilretteleggingen for skiskyttere på sommeren og terrengsyklister blir også sett på som positivt, til tross for at inngrepene her vil være noe større. Utlendingene er tradisjonelt vant til mer tilrettelegging enn vi er her i landet, og det er sannsynlig at yngre generasjoner nordmenn også forventer det i større grad enn tidligere.

I kategorien **annet** (positivt) kan det vises til tiltak som bidrar til å forskjønne/pynte opp Geilo på sommerstid. Eksempler er minifoss i Geilo sentrum (selv om ikke alle er begeistret for denne og kaller den ”en dårlig etterligning”), blomsterhilsen med Geilo + emblem, mur i naturstein, parkeringsplasser med generøs beplantning osv.

Negative landskapskvaliteter

En rekke **bygninger** i Geilo sentrum utpekes som lite attraktive. Eksempler er asylmottaket, Handelslaget (Spar), ”Sidespranget” og Monter (”stort og feilplassert”). Flere motiv av andre private og halvoffentlige bygninger går også inn i materialet. Gjennomgående er dette hus preget av forfall/manglende vedlikehold og kontroversiell byggestil. Også Geilo-senteret er det faktisk noen som er negative til utseende av.

I kategorien **andre utbyggingsområder/konstruksjoner** finner vi blant motivene noen etablerte alpinløyper + en del utbyggingsområder for ski in/ski out (hytter og nye bakker). Eksempel på kommentar er: ”*Skiløypene er triste om sommeren*”. Motivvalg med ditto kommentarer til etablerte alpinanlegg er imidlertid få og ikke entydig negative. En utlending sier til og med i sin kommentar til et bilde av noen av løypetraseene: ”*They are integrated in the environment*”.

Motiv av **søppel/rot** er ikke gjennomgående i materialet fra Geilo, men noen motiver er knyttet til dette. Ett av motivene er hentet fra baksiden av Handelslaget (Spar), et annet fra et område nær Geilo Camping (stein- og treavfall). Ett av flere problem med **containere** er at de, pga. manglende opprydding, har en tendens til å samle søppel på utsiden/omkring.

Campingvogner som landskapselement kommer generelt dårlig ut i hele undersøkelsen. Også i materialet fra Geilo har noen valgt motiv med slike. Det gjelder fra oppstillingsplasser både på Geilo og på Øen Camping. En av respondentene foreslår å skjerme slike oppstillingsplasser for innsyn.

Kraftledninger og andre installasjoner knyttet til kraftproduksjon er gjenstand for noen motivvalg på Geilo. Ikke minst i det åpne landskapet synes de å forstyrre landskapsopplevelsen. Uttalelsen ”*very much disturbing the open landscape*” som fulgte ett av bildene, tyder på det.

Blant **andre** negative motivvalg vil vi særlig nevne steinfyllingene (jf også søppel/rot ovenfor). Dette framstår som en gjenganger på alle tre destinasjonene. Overskuddsmasse fra hyttebygging og alpinanlegg dumpes på steder hvor de er alt for lett synlige, noe som da også både turister og fastboende reagerer på. Ellers er det mange motiver med en del spesielle forklaringer/innfallsvinkler. Noen har tatt bilde av terrengsykkelanlegget, som de for øvrig er positive til, og stiller spørsmål om hvorfor det er stengt i høstferien. Andre har tatt bilde av infoskilt med norsk tekst og spør hvorfor de ikke også har engelsk tekst. Grafitti er et annet motiv som vi har plassert i denne kategorien. Torget i sentrum av Geilo framstår ikke som like

attraktivt hos alle. En respondent foreslår en oppgradering av dette i form av at det investeres mer. Trolig tenker vedkommende da på trivselslignende tiltak. En annen gir uttrykk for at torget er for kommersielt, at det kunne ha vært mer vann og grøntanlegg.

7.2 Hovden

Positive landskapskvaliteter

Natur- og landskapsmotivene på Hovden spenner alt fra vegetasjonsbilder, der de vakre fargene på en Geitrams omtales som *"favourite colours"*, til rennende stryk av Otra som gir karakteristikken *"brehtaking"*, riktignok av en utenlandsk turist. Vann, stille og rennende, er gjennomgående motiv i tillegg til panoramabilder/mountain vistas (oversiktsbilder og horisontbilder). *"This is the view we are looking for"* dokumenterer klart hva de utenlandske turistene er ute etter i forbindelse med sine besøk i Norge. Ved siden av Otra er Vatnedalsvatnet ett av de motivene som er valgt av mange.

Av **bygninger** som gir positive assosiasjoner, må nevnes Hovden Fjellstoge som er motiv hos flere. I tillegg viser mange av respondentene gjennom sine motivvalg at de særlig setter pris på hus, hytter og leilighetskomplekser, til dels også bygd i seinere år, der lokal byggeskikk er forsøkt ivaretatt. Mange positive kommentarer går på bruk av lafting og torvtak. Leilighetskomplekser ved Hovdestøylen er blant bygninger som er valgt som motiver blant flere. "Hovden blå" ved gamle Hovden Høgfjellshotell er også motiv hos noen. Dette er et leilighetskompleks som har et litt mer moderne utseende. En av de fastboende sier om disse: *"Synes disse harmonerer med omgivelsene. Stilen kan minne om gammeldagse Setesdalsbygninger."* Det mørke fargevalget på bygningene harmonerer også godt med omgivelsene. Servicebygningen ved Hovden skisenter har en moderne arkitektur som omtales som positiv av flere. *"Flott arkitektur i harmoni med landskapet"*, er en av kommentarene. Hovden grendehus er også motivvalg hos noen. Naturstein langs sideveggene gjør seg godt. Platetaket brytes av snøfangere og gjør det mindre monotont. Når det gjelder Fjellgardstun, er meningene delte. Noen reagerer på det de kaller *"rotete fasade"*. Ellers er kirkene, som på de andre destinasjonene, et klart valg blant en del av respondentene.

Elementer av **annen historie/kultur** er valgt som motiv blant noen av deltakerne i undersøkelsen. Det gjelder gamle steingjerder, trapper bygd i naturstein, spor av tidligere beiteressursutnytting osv. *"Spor av det gamle slitet"*, er viktig å vise i følge en eldre mannlig respondent.

Generelt får **tilrettelegging** positiv omtale. Motivene viser at deltakerne verdsetter enkle tilretteleggingstiltak. Ikke minst de utenlandske turistene signaliserer her at de er interesserte i god info, god merking og enkle opparbeidede stier.

Annet som går igjen på den positive siden, er tiltak som går både på funksjon, trygghet og forskjønnelse av Hovden. En steinsatt undergang i nærheten av Hovden sentrum er en gjenganger blant flere av respondentene. *"En pryde for øyet"*, er ett av utsagnene. Andre er tiltak for å forskjønne sentrum av Hovden. Forseggjorte rekkverk, natursteinsmurer, blomsterbed i de mest trafikkerte områdene osv. er eksempler på slike. 1000-årsmonumentet i Hegni friluftsområde er det delte meninger om. Mens noen mener at det harmoniserer godt med omgivelsene, er andre av den motsatte oppfatning.

Negative landskapskvaliteter

Noen **bygninger** på Hovden kommer dårlig ut i undersøkelsen. En av de fremste gjengangerne er Kiwi-bygget. ”*Fullstendig kræsje i byggestil*”, er uttalelsen fra en av respondentene som har valgt dette som motiv. Fargevalget på dette bygget kommenteres også negativt. En annen gjenganger er et leilighetskompleks i nærheten av Hovden høgfjellshotell. Noen kaller dette en ”*sittetribune*”, og kommentarer for øvrig går på at dette er arkitektur som ikke er tilpasset høgfjellet. Gamle Hovden høgfjellshotell går heller ikke fri fra lignende kritikk. ICA-bygget og Shell-stasjonen i sentrum er andre bygg som oppfattes som skjemmende for landskapskvaliteten. Hovdetun (sete for turistinformasjonen) er det delte meninger om. Noen synes det er OK, mens andre synes det er ”for moderne for sine omgivelser”. En respondent bruker betegnelsen ”*Gapahuk*”.

Noen av deltakerne i undersøkelsen gir uttrykk for bekymring omkring den store aktiviteten i **utbyggingsområdene**. Motivene viser store inngrep i natur, så det er ikke særlig overraskende at disse går inn i de valgene som deltakerne gjør.

Søppel og skrot finnes også i Hovdens nærområde. Motivene viser både jernskrot, bilvrak og annen søppel. Det er også eksempler på hvordan stor byggeaktivitet skaper rot i en del områder. Brukte paller, kabeltromler etc. er ingen forskjønnelse for nærområdene til en destinasjon som dette.

Campingvogner på oppstillingsplasser som bærer alle preg av forfall blir ekstra ille for noen av respondentene: ”*The friendly and natural looks of the country shouldn't be violated/wasted by this sort of houses. There must be creative possibilities to keep these houses out of sight*”, er uttalelsen fra en nederlandsk turist.

Kraftledninger er bare nevnt av et par av respondentene. Den ene er imidlertid ganske klar i sin kommentar: ”*Hører ikke hjemme i natur noen steder!*”

Annet som gjennom motivvalgene framstår som skjemmende, er som på de to andre destinasjonene steinfillinger/overskuddsmasse som er lett synlige for turistene. Hvis disse områdene etter sigende har ligget slik i flere år, er det uheldig. Veibommer kan være funksjonelle, men kan samtidig være skjemmende, ikke minst fordi det gir signaler om en uønsket ”privatisering” av fjellheimen.

7.3 Rauland

Positive landskapskvaliteter

Som på Geilo og Hovden er det flere av deltakerne i Rauland-undersøkelsen som har valgt **natur- og landskaps**motiv. Motivene varierer fra rene naturmotiv til motiver med klare kulturlandskapsinnslag. En vakker solnedgang ved Møsvatn kommenteres med ”*ikke menneskeskapt, men veldig fint*.” En annen respondent har et godt vedlikeholdt jordbrukslandskap med husdyr ved Totak som motiv og uttrykker: ”*Levande landbruk med husdyr gjer at ein får eit fint kulturlandskap*”. En deltaker velger høstfarger som gjenstand for sitt naturmotiv, og i tillegg et motiv med hyttebebyggelse ved et vatn i Silkedalen, en bebyggelse som etter vedkommendes mening glir særskilt godt inn i naturen. En utlending har med en mindre foss som ett av sine motiv. I det hele ser vi også i Rauland at vann og panorama, enten som hovedmotiv eller deler av motiv, er viktig for denne typen motivvalg.

Av positive **bygningsskild** må vi først nevne et forretningsbygg i Rauland sentrum som heter "Heimil". "Flott bruk av lokal byggeskikk og bruk av kreativitet", er en av kommentarene. "Ny butikk som gir området et løft", er en annen kommentar. Rauland Turist er et annet motiv. Et eldre hus nær Rauland sentrum er også motiv hos flere. Huset er relativt lite, det er laftet, har torvtak og er prydet utvendig med masse blomster. Austbø hotell er også valgt som motiv hos noen. Det gis bl.a. uttrykk for at hotellet er lite, at det er diskret bruk av farger og at det har et fint inngangsparti. Et annet større bygg i Rauland sentrum som er motiv hos noen er badet/svømmehallen. Huset er utformet i naturstein og framstår som attraktivt for flere av respondentene. Fjøllhalli er også motiv blant noen. "Spennende bygg, fin tomt", er en av omtalene. Et gardstun utformet i lokal byggeskikk nær Austbø og med oker farge på hovedbygningen er valgt som motiv av flere.

De ulike hyttefeltene er det delte meninger om, men noen av dem omtales positivt. Bla. sies det om Hovdeli hyttefelt: "Et utmerket eksempel på hvordan hytteutbyggingen tilpasses terrenget og vegetasjon". Deler av hyttebebyggelsen nær Rauland skisenter og nær Vierli er også gjenstand for motivvalg som omtales som positive, mens andre deler får negativ omtale (se nedenfor).

Det vi kan betegne som lett **tilrettelegging** går igjen som motiv i Rauland som på de to andre destinasjonene. Det er informasjonsskilt, merking av løyper, klopper/gangbruer i fuktig terreng osv. Enkle rasteplasser, der slike finnes, er også blant motivene. I hovedsak blir selve utformingen av skilt/informasjonsstavler sett på som god.

Av **annet** som er gjenstand for positive motivvalg, må nevnes ting som pynter opp. En enkel blomsterkrukke i Rauland sentrum er ett av de valgte motivene i denne kategorien.

Gjerdet rundt returpunktet for søppel er et annet (en annen respondent er likevel av den oppfatning at utformingen kunne ha vært bedre).

Negative landskapskvaliteter

En del av kommentarene i kategorien **bygninger** gjelder forretningsbygg. Spar-bygningen i Rauland sentrum er ett av eksemplene. "En styg blanding av skilt i mange ulike farver – uten stil og sammenheng", sier en dansk turist. Coops forretningsbygg i sentrum får også negativ omtale, men ikke først og fremst for utseende, men heller for plasseringen, da det etter sigende stenger for bygningen bak. Raulandsstoga avstedkommer følgende utsagn: "Klart stilbrudd med lokal byggeskikk – skilt og kledning passer ikke inn i miljøet." Rauland høgfjellshotell unngår heller ikke en av respondentenes kritiske blikk. "Stort, framande bygg. Passar ikkje inn i området", er vedkommendes kommentar. Noen av hyttene ved Vierli blir betegnet som for stereotype, mens hytter sentralt ved Rauland skisenter får en respondent bl.a. til å skrive: "Dårlig plassering. Framstår som en stygg vegg."

Noen **utbyggingsområder** får negativ omtale, bla. fordi hyttene ligger for tett, og fordi inngrepene i forbindelse med utbygging for øvrig er for store. I samband med utbyggingen i Holtardalen blir det blant annet skrevet i kommentarene til ett av motivene: "Voldsomme inngrep i naturen. Voldtekt! Dårlig bevaring av vegetasjon og naturlige formasjoner." Om utbyggingen i Listaulia blir det tilsvarende sagt følgende: "Er det nødvendig å snu opp/ ned på all natur?"

Tilsvarende de andre destinasjonene er ikke **rot/søppel** et gjennomgående motivvalg i bildene fra Rauland. På den andre siden er det heller ikke fraværende. Motiv av etterlatte bilvrak som noen steder skjemma landskapet i kommunen er med i materialet. "Overliggere" av tømmer framstår også som skjemmende noen steder. **Containere** innebærer i følge respondentene landskapsmessig forringelse og er tilstedeværende i Rauland også, selv om de noen steder er søkt skjermet for innsyn (jf over).

Campingvogner, til dels permanent plasserte, bidrar til en landskapsmessig forringelse der disse finnes. Noen av motivvalgene i Rauland viser campingvogner med "hyttemessige" anneks. "*Campingvogner med spikertelt.*" er en av betegnelse som blir gitt av respondentene.

Kraftledninger er ingen gjenganger blant motivene, men kommentaren fra en av de fastboendes kraftledningsmotiv er at de er "*skjemmende i ellers fin natur.*"

Av **annet** som deltakerne har tatt med som negativt, er en bom for privat vei (jf Hovden) , likedan skjemmende steinfyllinger i nærheten av Rauland skisenter.

7.4 Oppsummering

- a) Det at våre natur- og landskapskvaliteter er vårt viktigste turistaktivum¹⁷, er viktig for utviklings- og rehabiliteringsvirksomheten i destinasjonsområdene. I dette prosjektet har vi bedt om reaksjoner på landskapskvaliteten i de bebygde/konstruerte områdene. Vi har likevel fått inn et betydelig antall bilder der motivene er knyttet til landskapskvaliteter i til dels uberørte eller lite berørte områder. Det faktum at så mange av de utenlandske turistene understreker at det er dette de kommer for, maner til ydmykhet i forhold til omgangen med disse ressursene.
- b) Turistene verdsetter det arbeidet som blir gjort for å ivareta lokal byggeskikk. Jo mer tendensen er til å bryte denne, desto mer ser det ut som om turistene reagerer negativt. Særlig uheldig blir det når moderne, store og dominerende bygg helt bryter med denne skikken. En diskusjon om museumslandskap kontra ikke-museumslandskap på disse og lignende destinasjoner er relevant i en slik sammenheng, noe vi vil komme tilbake til i neste kapittel. Et spørsmål i retning av hvorvidt fjellområdene skal være en arena for arkitektur av eksperimentell karakter er interessant i samband med dette.

Taket er kanskje fjellbygningenes viktigste fasade, og særlig på Hovden, men også til dels i Rauland, er respondentene mye opptatt av denne dimensjonen ved fjellbebyggelsen.

- c) Deltakerne i undersøkelsen er i hovedsak positive til diskret og enkel tilrettelegging. At man gjør det enkelt for turistene å finne fram i terrenget ufarliggjør turer som kan gi store natur- og landskapsopplevelser i skog og fjell. Det å ta seg trygt fram i terrenget vårt er ingen selvfølge for en del av de turistene som besøker oss. Noen av deltakerne i undersøkelsen viser gjennom sine motivvalg at de også er positive til

¹⁷ Se bl.a. Støre m.fl. (2003)

tilrettelegging for aktiviteter som terrengsykling og skiskyting på sommerstid (asfaltert rulleskibane knyttet til standplass).

- d) På alle tre destinasjonene ser vi at tiltak for å forskjønne destinasjonenes nærmiljø blir positivt mottatt av deltakerne. Dette er noe man bør legge seg på sinne.
- e) Motivvalg knyttet til søppel/rot, containere, campingvogner og kraftledninger er ikke av de aller mest tallrike i materialet, men de er likevel motiver på i størrelsesorden 70 bilder, noe som forteller oss at dette er noe deltakerne reagerer negativt på og som derfor bør tas alvorlig. Det er eksempler på disse motivene på alle tre destinasjonene, riktignok i noe ulikt omfang, relativt flest i Rauland, færrest på Geilo med Hovden i ei mellomstilling. En god del av det som kommer fram i disse motivvalgene, går det an å gjøre noe med uten alt for store kostnader.

8 DRØFTING OG ANBEFALINGER

I det følgende ønsker vi å se resultatene fra prosjektet i lys av de problemstillingene som er formulert i kap. 2. Problemstillingen som går på tidligere arbeider (problemstilling 1) vil vi ikke kommentere ytterligere, bare henwise til det som er sagt om dette innledningsvis.

8.1 Om attraktive landskapskvaliteter på de tre destinasjonene

Både motivvalgene i fotomotivundersøkelsen, begrunnelsen for motivvalgene og besvarelsen av det medfølgende spørreskjemaet stadfester hva sommerturistene ønsker når de reiser på ferie, selv om materialet er lite. Å ”se vakre landskaper” er noe av hovedmotivasjonen for å reise rundt i Norge. Dette er viktig for norske turister, men kanskje enda viktigere for de utlendingene som har bestemt seg for å legge ferien til Norge. Dette er sterkt dokumentert i mange undersøkelser og er slik sett ikke av nyere dato. Vi er imidlertid ikke helt sikre på at man tar dette innover seg når man tenker utvikling i den norske fjellheimen. Ett av reiselivets store paradokser finnes nettopp her. Turisme innebærer uansett øket miljøbelastning (Viken 2004:302), og det betyr i dette tilfellet at faren er til stede for at vi gjennom en stadig utbygging av destinasjonene ødelegger mer og mer av det som turistene egentlig kommer hit for å oppleve. Faren er ikke mindre når primærmålet på disse destinasjonene er å videreutvikle vinteraktivitetene, mens landskapsattraktiviteten samtidig skal være så godt ivaretatt at destinasjonene også er attraktive om sommeren. Når turistene uttrykker bekymring for den utbyggingstakten vi i det siste har sett i den norske fjellheimen, så er dette en reaksjon som bør tas alvorlig. Fortsatt blir det framhevet av mange at vi har så mye natur å ta av i Norge. Ser vi imidlertid på utviklingen i kvalifiserte villmarksområder i landet vårt¹⁸, må vi innrømme at det ”jomfruelige” Norge er sterkt redusert. De landskapskvaliteter turistene i hovedsak opplever, er knyttet til de viktigste transportkorridorene/turistveiene samt nærområdene til de viktigste destinasjonene. Dette er en mindre del av vårt land der presset på ressursene samtidig er ganske stort. Evnen vår til å forvalte de visuelle kvalitetene i disse områdene er således svært viktig.

Bygningsmotivene er en betydelig andel av de attraktive motivene i undersøkelsen. Det faktum at vi bad deltakerne om å konsentrere seg om det bebygde landskapet, har selvsagt bidratt til flere motiv i denne kategorien enn det vi trolig ellers ville ha opplevd dersom deltakerne hadde blitt stilt helt fritt. Det er særlig følgende forhold som kjennetegner de positive bygningsmotivene:

- God plassering i landskapet
- Bygningsstørrelse
- Luft mellom bygningene
- Lokal byggeskikk (lafting og torvtak) og naturmaterialer
- Gode fargevalg
- God håndverksmessig ”finish”

Kritikere vil raskt hevde at dersom man skal ta turistenes motivvalg på alvor, så betyr det i neste omgang at man sier ja til en mer museumsaktig utvikling av destinasjonene framover,

¹⁸ Jf bl.a. <http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/regpubl/stmeld/20042005/Stmeld-nr-21-2004-2005-/3.html?id=406998>

og at det ikke er ønskelig. Andre, derimot, vil hevde at målet nettopp må være å oppnå best mulig harmoni mellom bygningsmasse og landskap for øvrig, og at det å bygge på den lokale byggeskikken¹⁹ i fjellområdene er den beste måten å oppnå dette på. En diskusjon om autentisitet, og turistens behov for å oppleve autentiske miljøer, ekte eller konstruerte, blir fort en del av en diskusjon som dette. Viken (2001:51) skriver blant annet:

”Autentisitet er ikke lenger en iboende egenskap ved et objekt, fastslått for alltid; det er å betrakte som en kamp, en sosial prosess hvor konkurrerende interesser argumenterer for sin fortolkning av historien,” sier Bruner (1994:408). For eksempel kan konstruerte tradisjoner være falske hva angår fortidsforankringen, men de er likevel en del av kulturen til dem som forfekter tradisjonene, og som sådan et ekte eller autentisk kulturuttrykk. I kampen om makten til å konstruere kan også turistene vinne. ”Dersom en masseturist empatisk opplever at et objekt er autentisk, så er hans eller hennes synspunkt reelt nok samme om ekspertene måtte mene det motsatte fra et objektivt perspektiv”, skriver Wang (199:355) med henvisning til Cohen (1988).

Dette viser at det ikke bare er den reinte objektive autentisitet som er av autentisk verdi for turistene. I den grad den konstruerte autentisiteten er en pryd for øye for turistene på disse utvalgte destinasjonene, må dette tas seriøst med i den videre debatten rundt rehabilitering og nyutbygging på destinasjonene. Ikke minst vil det være tilfelle når turistenes syn i hovedsak støttes av det synet som de fastboende også ser ut til å ha. Dersom altså både turister og fastboende føler seg mest tilfredse med at man tar utgangspunkt i stedsutviklet byggeskikk gjennom hundrevis av år, vil det være underlig dersom dette ikke tas til følge også i fortsettelsen. Det betyr ikke at det ikke skal være rom for noe arkitektonisk nybrottsarbeid på fjelldestinasjonene, men man skal være varsom med å utvikle landemerker i form av store, dominerende bygninger, som vi har sett eksempler på, bl.a. på Hovden, uten at man er relativt sikker på at dette visuelt sett vil tiltale de fleste av dem som opplever dem. Plassering, bygningshøyde, veggkledning og taktekke er alle elementer som er viktige i dette. Servicebygget ved skisenteret på Hovden er eksempel på at mer moderne utseende bygninger også kan gå godt inn i landskapet og oppleves som et positivt visuelt tilskudd til bygningssmassen på destinasjonen.

En av konklusjonene fra Gausta-undersøkelsen i 1995-97 (Prestholdt 1997) var at turistene ikke var begeistret for tyngre tilrettelegging i fjellheimen. Elementer av god informasjon var man imidlertid tilhengere av. Fotomotivundersøkelsen denne gang gir klare indikasjoner på at turistene verdsetter enkle tilretteleggingstiltak som infotavler med kartoppslag, enkel skilting, forsiktig rydding av stier/gangveier, legging av gangbroer i fuktig terreng osv. Som vi har vært inne på, har noe av dette med behovet for trygghet å gjøre, ikke minst blant de utenlandske turistene. Enkel tilrettelegging gir også muligheter til å kanalisere ferdselen til områder som tåler slik ferdsel best/er minst sårbare.²⁰ Tilrettelegging i form av infotavler, skilting osv. må vedlikeholdes, og vi ser eksempler på at når dette ikke skjer i tilstrekkelig grad, reagerer turistene, forståelig nok, negativt. Turistene synes å foretrekke skilter i tre, noe som krever mye vedlikehold.

Signalet som undersøkelsen vår gir om enkel tilrettelegging, er verdt å ta høytidelig i det videre arbeidet med å gjøre vinterdestinasjonene mer attraktive sommerstid. Mye er allerede gjort på området, men det er fortsatt mer å hente.

¹⁹ Begrepet ”lokal byggeskikk” er **ikke** uproblematisk, jf bl.a. Flyen/Swensen (2000). Derfor bør de enkelte fjellkommunene i stor grad definere hva de selv oppfatter som lokal byggeskikk i denne sammenheng.

²⁰ Jf det som er sagt om spesifikke problemer ved naturbasert reiseliv hos Jacobsen & Viken (2002:273)

Et siste punkt om positive kvaliteter som vi vil drøfte kort, er knyttet til det som undersøkelsen synes å vise om tiltak som gjøres for å pynte opp destinasjonene. Motivvalgene viser at deltakerne i undersøkelsen i hovedsak er positive til trivselstiltak på destinasjonene i form av bed (for blomster og busker), natursteinsmurer, blomster for å pynte opp, kunstige fontener osv. Kritikere vil kunne hevde at en del av blomsterpynten burde ha mer med fjellflora å gjøre, men ut fra det faktum at dette skjer i sentrumsområder preget av til dels ”bymessig” bebyggelse, er dette kanskje relativt lite alvorlig som innvending. Det å utføre mer av denne typen trivselstiltak, tror vi bare vil heve attraksjonsverdien på destinasjonene. I Mellom-Europa er det lang tradisjon for å pynte opp alpebyene bl.a. med blomster, og en måtelig adopsjon av denne tradisjonen tror vi ikke vil skade attraktiviteten.

8.2 Om skjemmende landskapskvaliteter på destinasjonene

Som vi har sett framstår deler av bygningsmassen på de tre destinasjonene som skjemmende for noen av deltakerne. I diskusjonen ovenfor har vi sagt en del om forhold som er viktige for at bygningene skal falle godt inn i landskapet. Denne diskusjonen skal vi ikke gjenta. Det er også slik at relativt moderne bygningsmasse som turistene finner lite attraktiv, er det begrenset mulighet til å gjøre noe med utover enkle tiltak som eksempelvis nye fargevalg. I dette tilfellet gjelder det bl.a. en del av de større og godt synlige bygningene på Hovden som Kiwi-bygget og leilighetskomplekset i nærheten av Hovden høgfjellshotell. Det er også lite realistisk å tro at det kan gjøres særlig mye med de nyere hyttefeltene i Rauland der materialet vårt antyder at tettheten og utformingen av hyttene reint visuelt harmonerer dårlig med den topografiske plasseringen. På Geilo, derimot, er reaksjonen fra deltakerne i undersøkelsen særlig knyttet til noen bygninger i sentrum som til dels er nær ved å være kondemnabile eller trenger rehabilitering. Dette åpner for muligheter til å gjøre noe med utseende også på litt kortere sikt.

Vi vil i den avsluttende delen av dette avsnittet diskutere andre negative forhold i fotomotivundersøkelsen som det er mulig for destinasjonene å gjøre noe med.

Rot/sjøppel er det første elementet som bør nevnes. Det er uheldig når turistene oppdager at ett av de rikeste landene i Europa med noe av den laveste befolkningstettheten, sliter med et forsøplingsproblem. En tysker som kommer fra et land i Europa som bare er litt større enn Norge, men har 80 millioner innbyggere, vil ha vanskelig for å forstå at Norge ikke takler dette bedre. At våre fremste turistdestinasjoner framstår som reine og velstelte, er derfor av stor betydning. Byggerot er ikke noe unntak her. På grunnlag av flere av motivene i materialet, ser vi at det reageres negativt på byggerot på destinasjonene. At destinasjonene ser ut som byggeplasser år etter år, er ikke spesielt heldig i forhold til det inntrykket turistene sitter igjen med av destinasjonene.

Et annet og nært relatert problem og som vi ser flere eksempler på blant motivvalgene, er knyttet til overskuddsmassen fra utbyggingsområdene. Ideelt sett burde utbyggingen være av en slik karakter at det ble lite overskuddsmasse igjen, dvs. mindre inngrep enn det vi i hovedsak ser i dag. Når det likevel er som det er, burde det jobbes mer med planer for hvordan denne overskuddsmassen kan plasseres og/eller anvendes. Fordi den kan representere et stort volum, er lang transport ofte utelukket, noe som gir klare utfordringer i så henseende.

Det er enighet om at containere er visuelt skjemmende i høgfjellet, og vi ser av materialet at det er arbeid på gang for å skjule noe av dette for innsyn. Dette er et arbeid som bør

intensiveres på alle fjelldestinasjonene, og som vil kunne ha betydelig positiv visuell effekt. Det er imidlertid avhengig av at det som skal skjerme for innsyn, er så bra utformet at det faktisk representerer en visuell oppgradering.

Permanent plasserte campingvogner representerer et annet visuelt problem i fjellheimen. Både plassering og skjerming bør være gjenstand for diskusjoner på destinasjonene. Noen vil kunne hevde at flere oppstillingsplasser vil være bra for fjellområdene hvis det samtidig innebærer mindre hyttebygging, rett og slett fordi plasseringen av vognene ikke er så definitiv som hyttene er. Tendenser til snikutbygging eksemplifisert ved ”spikerteltene” i Rauland (jf vedlegg 1) bør det imidlertid reageres på.

8.3 Noen anbefalinger om videre utvikling av destinasjonene

På bakgrunn av det som materialet fra undersøkelsen vår synes å vise, er vi av den oppfatning at destinasjonene ut fra en generell betraktning bør vurdere følgende:

Forholdet til lokal byggeskikk

Motivvalgene i undersøkelsen synes å vise at elementer av lokal byggeskikk er viktig som retningsgivende for utbygging av destinasjonene. En grundig diskusjon av hva man bør vektlegge av denne byggeskikken, er viktig på alle de tre destinasjonene. Motivvalgene viser oss at når det gjelder selve hytteutformingen i fjellet, har vi kommet ganske langt. I hovedsak bygges det hytter som tar seg godt ut visuelt, selv om det åpenbart kan diskuteres både størrelse og tendenser til monoton (for eksempel den typiske ”hemsen” som preger svært mange av hyttene som er satt opp de seinere årene). Ved siden av størrelse går negative kommentarer særlig på plassering, tetthet og inngrep i natur (jf også neste punkt).

Når det gjelder større leilighetsbygg, offentlige bygg og næringsbygg på destinasjonene, er situasjonen mer problematisk. Denne undersøkelsen viser at det av og til skorter noe på å bygge servicebygg, næringsbygg og leilighetskomplekser som harmoniserer godt med turistene (og fastboendes) ønsker om et tiltalende landskapsbilde. Materialvalg, fasader og plassering er her viktig. Skal man bygge stort, er problemet ekstra utfordrende, og fjellområdene er neppe den beste arenaen for den mest eksperimentelle arkitekturen. Vi tror destinasjonene vil stå seg på å gå inn i en tyngre diskusjon rundt denne problematikken. En slik diskusjon vil nødvendigvis også måtte knyttes til kostnader. En utforming som øker kostnadene vesentlig for virksomheter som er avhengig av å leve av et marked, vil selvsagt kunne ha konsekvenser for muligheten for de aktuelle bedrifter til å være konkurransedyktige.

Infrastruktur og lokalisering

En del av motivene fra utbyggingsområdene viser at ikke minst turistene, reagerer på de inngrepene disse områdene representerer. Destinasjoner preget av stor byggeaktivitet svekker selvsagt attraktiviteten. De store inngrepene i dag er særlig knyttet til utvidelse av alpinanleggene og større hyttefeltutbygginger. Utover det å begrense slik utbygging, er det ikke så mye å gjøre med de visuelle konsekvensene av utvidelser av alpinanleggene. De vil uansett være lett synlige og representere store inngrep. Hyttefeltutbyggingen, derimot, kan det gjøres noe med. Generelt vil trolig destinasjonene stå seg på at ”hytteboomen” nå avtar. En situasjon der hyttekommunenes reguleringskapasitet nær sprenges, kan man ikke leve med i lengden. Samtidig bør en kanskje vurdere om destinasjonene bør legge seg på et lavere nivå

når det gjelder infrastruktur og dermed inngrep i forbindelse med utbygging. Ikke minst i lys av dagens CO²-debatt, er det lov å stille spørsmål om det er en selvfølge med framføring av strøm, kloakk og vann til hyttevegg i alle moderne hyttefelt, særlig der det er snakk om kalde senger. På markedet er det i dag fullgode løsninger basert på bruk av biotoaletter, gass, solcellepanel og ved/pellets til oppvarming. Hvis man da i tillegg vektlegger å plassere hyttebebyggelsen slik at den er mindre synlig, vil de landskapsmessige inngrepene bli mindre og framstå som mindre radikale.

Hyttebebyggelse med ”ski in/ski out” – muligheter har vært populært de seinere årene. Fra et landskapsvisuelt synspunkt er dette imidlertid tvilsomt, særlig der hyttene ligger svært nær de bratte alpintraseene. Topografien gjør hyttene svært synlige og forsterker bare inntrykket av store inngrep i landskapet. Utbygging av denne typen bør man etter vår mening drøfte inngående før man går inn på noe tilsvarende framover.

Kvalitetssikring av entreprenørene

At planer i forbindelse med ny utbygging er gode og gjennomtenkte, er selvsagt svært viktig, men vi vil også understreke viktigheten av å anvende entreprenører som er seg bevisst det estetiske. Her har destinasjonene gjennom mange år en del erfaringer, både gode og dårlige, som må trekkes med i det videre arbeidet. Når utbyggingstakten er så stor som den vi har sett de siste årene, sier det seg selv at ikke alle som tilbyr sine tjenester i dette markedet, er like seriøse og dyktige. En lavere utbyggingstakt enn i dag vil helt sikkert være fordelaktig i denne forbindelse.

Enkel tilrettelegging

I tråd med det som er sagt ovenfor, bør destinasjonene ta en gjennomgang av det som er gjort når det gjelder enkel tilrettelegging, spesielt med tanke på sommerturisme. Signaler som fotomotivene viser i retning av preferanser for naturmaterialer i skiltinga, samt dokumentert behov for oversettelse til flere språk på en del av infotavlene, bør inn i en slik diskusjon.

Søppel, rot, containere og campingvogner

Problemer knyttet til skjemmende kvaliteter som dette skaper, har destinasjonene mulighet til å gjøre noe med, såfremt det er mulig å bli enig om ansvarsforholdene. Når det gjelder rot/søppel, er det et vedtatt prinsipp at det er forurenser som selv har ansvaret for å rydde opp. I den grad det ikke lar seg gjøre å avklare hvem som skal rydde opp, bør kommunene på en eller annen måte selv ta ansvaret for opprydding. Kommuneøkonomien i de aktuelle kommunene skulle tilsi at dette er mulig.

Overskuddsmasse og deponering av denne, ser ut til å være et annet problem som er relevant i denne sammenheng. Ved større utbyggingsprosjekter må deponeringen skje slik at den ikke framstår som skjemmende for landskapskvaliteten.

Det bør jobbes videre med å skjerme godt synlige containere for innsyn, men det er neppe realistisk å skjerme oppstillingsplasser for campingvogner for innsyn på tilsvarende måte. Den beste måten å skjerme eventuell nyutvikling på, er å plassere dem i områder der naturlig vegetasjon, topografi og avstand til gjennomfartsårer bidrar til å redusere det visuelle inntrykket.

Sentrumsattraktive/trivselskapende tiltak

Motivvalgene på destinasjonene viser at enkle tiltak i form av blomster, brolegging, natursteinsmurer osv. sees på som attraktivt blant de besøkende. Det er åpenbart rom for å jobbe videre med dette for destinasjonene.

LITTERATUR

- Appleton, J. (1975): *The Experience of Landscape*, London: Wiley
- Appleyard, D. (1969): *Why buildings are known*. Environment and Behavior 1, s. 131-156
- Balling, J.D. & Falk, J.H. (1982): *Development of visual preference for natural environments*. Environment & Behavior 14, s. 5-28
- Bruner, E.M. (1994): *Abraham Lincoln as authentic reproduction: a critique of postmodernism*. American Anthropologist, 96 (2): 397-415
- Chase, D.M., Carlisle, C.L. and R.H. Becker (1993): *Beyond the eye of the beholder*. Paper presented at the 1993 International Conference on Livable Places, Charleston March 1993
- Chenoweth, R. (1984). *Visitor employed photography: A potential tool for landscape architecture*. Landscape Journal, 3(2), 136-143.
- Cherem, G.J. (1973): *Looking through the eyes of the public*. I: Proceedings of Aesthetics Opportunit Colloquium, Utah State University
- Cherem, G.J., & Driver, B.L. (1983). *Visitor employed photography: A technique to measure common perceptions of natural environments*. Journal of Leisure Research, 15, 65-83.
- Cherem, G.J., & Traweek, D.E. (1977). *Visitor employed photography: A tool for interpretive planning on river environments*. In Proceedings of River Recreation Management and Research (pp. 236-244). USDA Forest Service GTR NC-28. St. Paul, MN
- Cohen, E. (1988): *Authenticity and commoditization in tourism*. Annals of Tourism Research 15, s. 371-386
- Daniel, T.C. & Boster, R.S. (1976): *Measuring landscape esthetics: The Scenic Beauty Estimation Method*. USDA Forest Service Research Paper 167, Fort Collins Colorado
- Dearden, P. (198): *Societal Landscape Preferences: A Pyramid of Influences*. I: Dearden/Sadler (eds.): Landscape Evaluation: Approaches and Applications. Western Geographical Series – Vol. 25, Victoria, Canada
- Enger, A. (2006): *Konsepttest Innovativ fjellturisme*. Aniara
- Flyen & Swensen (2000): *Hyttebygging og hensynet til kulturmiljøverdier og byggeskikk*. I: Hyttebygging i Norge. En oppsummering og vurdering av ulike miljø- og samfunnsmessige effekter av hyttebygging i fjell- og skogtraktene i Sør-Norge. NINA Oppdragsmelding 709, s. 30-38
- Hawkins, G.R., Harril, T. & R. Becker (1999): *Finding Common Ground: A Model for Sustainable Community Development Planning*. I: Proceedings of the 1999 Leisure Research Symposium, Denver, CO: National Recreation and Parks Association

- Jackson, R.H., Hudman, L.E. & J.L.England (1978): *Assessment of the environmental impact of high voltage power transmission lines*. Journal of Environmental Management 6, s. 153-170
- Jacobsen, J.K.S. & Viken, A. (2002): *Turisme. Fenomen og næring*. Gyldendal: Oslo
- Jacobsen, J.K.S. (2007): *Use of Landscape Perception Methods in Tourism Studies. A Review of Photo-Based Research Approaches*. Tourism Geographies, 9:3, s. 234-253
- Kamfjord, G. (2001): *Reiselivsproduktet*. 3. utgave, Reiselivskompetanse: Oslo
- Lowenthal, D. & Prince, H.C. (1964): *The English landscape*. Geographical Review 54, s. 309-346
- Lowenthal, D. & Prince, H.C. (1965): *English landscape tastes*. Geographical Review 55, s. 186-222
- Lowenthal, D. (1968): *The American Scene*. Geographical Review, s. 61-88
- Lynch, K. (1960): *The Image of the City*. Cambridge, Mass.: MIT Press
- Lyons, E. (1983): *Demographic correlates of landscape preference*. Environment and Behavior 15, s. 437-511
- MacKay, K.J. & Couldwell, C.M. (2004): *Using Visitor Employed Photography to investigate Destination Image*. Journal of Travel Research
- Mitchell, B. (1989): *Geography and resource analysis*. Longman
- Nieman, T.J. (1980): *The visual environment of the New York Coastal Zone: user preferences and perceptions*. Coastal Zone Management Journal 8, s. 45-61
- Oku, H. & Fukamachi, K. (2006): *The differences in scenic perception of forest visitors through their attributes and recreational activity*. Landscape and Urban Planning, Volume 75, Issues 1-2, s. 34-42
- Prestholdt, Ragnar (1997). *Naturkvaliteter som lokaliseringsfaktor for reiselivsutvikling*. Rapport nr. 128, Telemarksforsking-Bø
- Scott, M.J. & Canter, D.V (1997): *Picture or place? A multiple sorting study of landscape*. Journal of Environmental Psychology 17, s. 263-281
- Shafer, E.L. & Tooby, M. (1973): *Landscape preferences: an international replication*. Journal of Leisure Research 5, s. 60-65
- Shafer, E.L., Hamilton, J.E. & E.A. Schmidt (1969): *Natural landscape preferences: a predictive model*. Journal of Leisure Research 1, s. 1-19
- Støre, J.G. m.fl. (2003): *Norge 2015 – en reise verdt. Scenarier for turisme-Norge*. Kagge Forlag

Strumse, E. (1996): *The psychology of aesthetics: Explaining visual preferences for agrarian landscapes in Western Norway*. Doktorgradsavhandling ved UiB

Taylor, J.G., Czarnowski, K.J., Sexton, N.R. & S. Flick (1995): *The Importance of Water to Rocky Mountain National Park Visitors: An Adaptation of Visitor-Employed Photography to Natural Resources Management*. Journal of Applied Recreation Research, 20 (1): 61-85

Traweek, D.E. (1977). *Visitor employed photography on the Huron River: A tool for interpretive planning*. Unpublished doctoral dissertation, Ohio State University, Columbus, OH.

Tuan, Y.F. (1974): *Topophilia*. Englewood Cliffs, New jersey: Prentice Hall

Viken, A. (2004): *Turisme. Miljø og utvikling*. Gyldendal: Oslo

Viken, A. (red.) (2001): *Turisme. Tradisjoner og trender*. Gyldendal: Oslo

Walter, J.A. (1983): *You will love the rockies*. Landscape 27, s. 43-47

Wang, N. (1999): *Rethinking authenticity in tourism experience*. Annals of Tourism research 26, s. 349-370

Zube, E.H., Pitt. D.G. & G. Evans (1983): *A lifespan developmental study of landscape assessment*. Environmental Psychology 3, s. 115-128

Internett:

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/regpubl/stmeld/20042005/Stmeld-nr-21-2004-2005-/3.html?id=406998>

VEDLEGG 1: Utvalgte deler av billedmaterialet

Geilo

Hovden

Rauland

NB! Se egen CD.

VEDLEGG 2: Logg og følgeskjema (spørreskjema)



Høgskolen i Telemark

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjekt

På oppdrag fra Innovasjon Norge, og som en del av programmet Innovativ Fjellturisme, gjennomfører Høgskolen i Telemark sommeren 2007 en fotomotivundersøkelse på destinasjonene Geilo, Rauland og Hovden. Hensikten er å finne ut hvordan i første rekke turistene opplever landskapskvalitetene på destinasjonene.

Det engangskameraet som dere har fått utlevert, skal brukes til å ta minimum 5 bilder av motiver som dere synes har særlig attraktive landskapskvaliteter i seg og minimum 3 bilder av motiver som dere finner særlig lite attraktive. Maksimalt kan dere ta 12 bilder. Det er først og fremst bilder fra den menneskepåvirkede delen av destinasjonen vi er ute etter. Noe av den utviklingen som har skjedd som en konsekvens av turismen er godt stedstilpasset og bidrar ikke til å forringe landskapskvalitetene, mens andre inngrep klart innebærer en slik forringelse. Motivvalgene deres kan i neste omgang være til hjelp når destinasjonen skal videreutvikles eller rehabiliteres.

Kameraet med utfylte skjemaer leveres tilbake i resepsjonen på overnattingsstedet eller på turistkontoret før avreise.

Som respondenter ønsker vi personer i alderen 18-79 år. Når personer reiser sammen, skal den som nyligst har hatt fødselsdag, ta bildene og fylle ut skjemaene.

Det er frivillig å delta i studien, og opplysningene som samles inn, behandles konfidensielt. Dersom du ønsker en kopi av bildene tilsendt, skriver du navn og adresse på følgeskjemaet. Navn og adresse benyttes utelukkende for retur av bildene til deg og vil ikke ses i sammenheng med de øvrige opplysningene. Datamaterialet anonymiseres når det registreres på pc (høsten 2007).

Vi håper du kan sette av noe tid til dette arbeidet. Det vil være av stor betydning for prosjektet vårt at du er villig til å delta.

Lykke til og takk for hjelpen!

Bø i juli 2007
Ragnar Prestholdt
prosjektleder

Vurdering av landskapskvaliteter på Geilo, i Rauland og på Hovden**SÆRLIG ATTRAKTIVE LANDSKAPSKVALITETER:**

<i>Motiv nr.</i>	<i>Beskrivelse av stedet der bildet ble tatt:</i>	<i>Beskrivelse av motivet:</i>	<i>Begrunnelse for valg av motivet:</i>

Motiv nr.	Beskrivelse av stedet der bildet ble tatt:	Beskrivelse av motivet:	Begrunnelse for valg av motivet:

FORHOLD SOM ER SKJEMMENDE FOR LANDSKAPSKVALITETEN:

Motiv nr.	Beskrivelse av stedet der bildet ble tatt:	Beskrivelse av motivet:	Begrunnelse for valg av motivet:

Navn:.....

Adresse:.....

Postnummer:..... Sted:..... Land:.....

Følgeskjema – fotomotivundersøkelse (Geilo, Rauland og Hovden - sommeren 2007) – norske turister

1. Lengde på opphold på denne destinasjonen (Geilo, Rauland eller Hovden):dager

2. Beskriv kort reiseruten:

.....

3. Hva er viktige faktorer for deg når du reiser på ferie i Norge om sommeren? (Sett ring rundt en aktuell tallverdi på hver linje):

	Ikke viktig			Svært viktig			
	1	2	3	4	5	6	7
Opplive ro og stillhet	1	2	3	4	5	6	7
Se vakre landskaper	1	2	3	4	5	6	7
Tid til familien	1	2	3	4	5	6	7
Lade batteriene/få ny energi	1	2	3	4	5	6	7
Besøke venner og familie	1	2	3	4	5	6	7
Delta i utendørs aktiviteter	1	2	3	4	5	6	7
Gå på fottur	1	2	3	4	5	6	7
Shopping	1	2	3	4	5	6	7
Spise lokal mat og drikke	1	2	3	4	5	6	7
Få kontakt med lokalbefolkningen	1	2	3	4	5	6	7
Gjøre noe nytt og annerledes	1	2	3	4	5	6	7
Besøke historiske steder og /eller museer	1	2	3	4	5	6	7
Feriere på et trygt og sikkert sted	1	2	3	4	5	6	7
Opplive noe som er ekte/autentisk	1	2	3	4	5	6	7
At min ferie utøver så liten belastning på natur og miljø som mulig	1	2	3	4	5	6	7

4. Hva synes du generelt om attraktiviteten ved det norske landskapet (Sett ring rundt en aktuell tallverdi på hver linje):

	Ikke attraktivt			Svært attraktivt			Kan ikke uttale meg	
Naturlandskapet (i hovedsak det ubebygde)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Det jordbrukspregede kulturlandskapet :	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Hyttebebyggelsen i fjellet:	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Hotellene i fjellområdene	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Tettstedene:	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Byene:	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>

5. Hva synes du om dagens landskapskvaliteter (NB! velg bare nåværende oppholdssted):

	Ikke attraktivt			Svært attraktivt			
på Geilo:	1	2	3	4	5	6	7
Natur	1	2	3	4	5	6	7
Bebyggelse	1	2	3	4	5	6	7
i Rauland:							
Natur	1	2	3	4	5	6	7
Bebyggelse	1	2	3	4	5	6	7
på Hovden:							
Natur	1	2	3	4	5	6	7
Bebyggelse	1	2	3	4	5	6	7

6. Bakgrunnsopplysninger

Kjønn: Mann Kvinne

Alder:.....år

Sosial status: Enslig Enslig (enke/enkemann) Ektefelle/samboer

Bosted: Større by (100.000 innb. el. mer) Mindre by Tettsted Bygd

Navn på bosted:.....

Utdanning (kryss av for høyeste fullførte utdanning):

- Akademisk utdanning (høgre grad)
- ” ” (lavere grad)
- Yrkesfaglig videregående utdanning/yrkesskole
- Allmennfaglig videregående utdanning/gymnas
- Grunnskole/folkeskole
- Annet:.....
- Under utdanning. Hva slags utdanning?.....

Viktigste gjøremål eller kilde til livsopphold

- Student/skoleelev
- Inntektsgivende arbeid
- Hjemmearbeidende
- Alderspensjonist

- Førtidspensjonist
- Vernepliktig/førstegangstjeneste
- Arbeidsledig/arbeidssøkende

Annet:.....

Reisefølge

Hvem reiser du sammen med? (her kan det settes flere kryss)

- Alene
- Ektefelle/samboer
- Barn
- Annen familie
- Andre:.....
- Venner
- Organisert gruppereise
- Forening (idrettslag, korps og lignende)

Takk for hjelpen!

Følgeskjema – fotomotivundersøkelse (Geilo, Rauland og Hovden - sommeren 2007) – fastboende

1. Hva er viktige faktorer for deg når du reiser på ferie i Norge om sommeren? (Sett ring rundt en aktuell tallverdi på hver linje):

	Ikke viktig			Svært viktig			
	1	2	3	4	5	6	7
Opplive ro og stilhet							
Se vakre landskaper							
Tid til familien							
Lade batteriene/få ny energi							
Besøke venner og familie							
Delta i utendørs aktiviteter							
Gå på fottur							
Shopping							
Spise lokal mat og drikke							
Få kontakt med lokalbefolkningen							
Gjøre noe nytt og annerledes							
Besøke historiske steder og /eller museer							
Feriere på et trygt og sikkert sted							
Opplive noe som er ekte/autentisk							
At min ferie utøver så liten belastning på natur og miljø som mulig							

2. Hva synes du generelt om attraktiviteten ved det norske landskapet (Sett ring rundt en aktuell tallverdi på hver linje):

	Ikke attraktivt			Svært attraktivt			Kan ikke uttale meg	
Naturlandskapet (i hovedsak det ubebygde)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Det jordbrukspregede kulturlandskapet :	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Hyttebebyggelsen i fjellet:	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Tettstedene:	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>
Byene:	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>

3. Hva synes du om dagens landskapskvaliteter (NB! Kryss av bare for eget bosted):

	Ikke attraktivt			Svært attraktivt			
på Geilo	1	2	3	4	5	6	7
i Rauland	1	2	3	4	5	6	7
på Hovden	1	2	3	4	5	6	7

6. Bakgrunnsopplysninger

Kjønn: Mann Kvinne

Alder:.....år

Utdanning (kryss av for høyeste fullførte utdanning):

- Akademisk utdanning (høgre grad)
- ” ” (lavere grad)
- Yrkesfaglig videregående utdanning/yrkesskole
- Allmennfaglig videregående utdanning/gymnas
- Grunnskole/folkeskole
- Annet:.....
- Under utdanning. Hva slags utdanning?.....

Viktigste gjøremål eller kilde til livsopphold

- Student/skoleelev
- Inntektsgivende arbeid
- Hjemmearbeidende
- Alderspensjonist
- Førtidspensjonist
- Vernepliktig/førstegangstjeneste
- Arbeidsledig/arbeidssøkende
- Annet:.....

Takk for hjelpen!

HiT skrift / HiT Publication

Ragnar Prestholdt: Fotomotivundersøkelsen på Geilo, Hovden og i Rauland 2007.(HiT-skrift 1/2008). 64 s., 1 cd

Anne Aasmundsen, Per Isaksen og Ragnar Prestholdt: Reiselivsundersøking i Setesdal 2006. (HiT-skrift 1/2007). 47 s., vedlegg.

Jan Heggenes og Jostein Sageie: Rehabilitering av Måna, Tinn i Telemark: Tilstand og tiltak (HiT-skrift 6/2006). 73 s.

Nils Per Hovland: Bygg nettverk – stå på! En studie av entreprenørielle prosesser i Buskerud, Telemark og Vestfold. (HiT-skrift 5/2006). 45 s.

Sigrun Hvalvik og Ellinor Young: ”Et sted hvor hun kan finne seg til rette og bo...”. Om ugifte mødre og fødehjem i Telemark i perioden 1916-1965. (HiT-skrift 4/2006). 36 s.

Halvor Kleppen: Etikette i golf. (HiT-skrift 3/2006). 71 s.

Arne Hjeltnes: Kartlegging av habitater til hjort i deler av 4 kommuner i Telemark. Utprøving av objektbasert klassifikasjon på Landsat 5 satellittdata. (HiT-skrift 2/2006). 35 s., 1 kart.

Arne Hjeltnes: Høyoppløselige bilder som grunnlag for overvåking av endringer i fjellvegetasjon. Skisse til nytt registreringssystem. (HiT-skrift 1/2006). 47 s.

Ole Martin Høystad: Tempo og paradoks i MENTALITETSHISTORISKE ENDRINGAR. Undset-Elias-Foucault. 40 s. (HiT-skrift 7/2005)

Ole Martin Høystad: Hjertet i hjernen. Det biologiske grunnlaget for kjenslene. 49 s. (HiT-skrift 6/2005)

Else Marie Halvorsen: Forskning gjennom skapende arbeid? 61 s. (HiT-skrift 5/2005)

Synne Kleiven: Overvåking av Prestevju rensesepark. Sluttrapport 2002-2004. 15 s., vedlegg. (HiT-skrift 4/2005)

Anne Aasmundsen, Per Isaksen og Ragnar Prestholdt: Reiselivsundersøking i Setesdal 2004. 48 s. (HiT-skrift 3/2005)

Bjørn Egeland, Norvald Fimreite and Olav Rosef: Liver element profiles of red deer with special reference to copper, and biological implications. 32 s. (HiT Publication 2/2005)

Arne Lande, Kjell Lande og Torstein Lauvdal (2005): Fiskeundersøking i 4 kalka vatn på Gråhei, Bygland kommune, Aust-Agder. 22 s. (HiT-skrift 1/2005)

Oddvar Hollup (2004): Educational policies, reforms and the role of teachers unions in Mauritius. 37 s. (HiT Publication 8/2004)

Bjørn Kristoffersen (2004): Introduksjon til databaseprogrammering med Java. 33 s. (HiT-skrift7/2004)

Inger M. Oellingrath (2004): Kosthold, kroppslig selvbilde og spiseproblemer blant ungdom i Porsgrunn. 45 s. (HiT-skrift 6/2004)

Svein Roald Moen (2004): Knud Lyne Rahbeks Dansk Læsebog og Exempelsamling til de forandrede lærde Skolers Brug. 491 s. (HiT-skrift 5/2004)

Tangen, Jan Ove, red. (2004) Kyststien – tre perspektiver. 27 s. (HiT-skrift 3/2004)

- Jan Ove Tangen** (2004): Idrettsanlegg og anleggsbrukere-tause forventninger og taus kunnskap. 59 s. (HiT-skrift 2/2004)
- Greta Hekneby** (2004): Fonologisk bevissthet og lesing. 43 s. (HiT-skrift 1/2004)
- Ingunn Fjørtoft og Tone Reiten** (2003): Barn og unges relasjoner til natur og friluftsliv. 83 s. (HiT-skrift 10/2003)
- Else Marie Halvorsen** (2003): Teachers' understanding of culture and of transference of culture. 40 s. (HiT-skrift 9/2003)
- P.G. Rathnasiri and Magnar Ottøy** (2003): Oxygen transfer and transport resistance across Silicone tubular membranes. 31 s. (HiT Publication 8/2003)
- Else Marie Halvorsen** (2003): Den estetiske dimensjonen og kunstfeltet - ulike tilnærminger. 17 s. (HiT-skrift 7/2003)
- Else Marie Halvorsen** (2003): Estetisk erfaring. En fenomenologisk tilnærming i Roman Ingardens perspektiv. 12 s. (HiT-skrift 6/2003)
- Steinar Kjosavik** (2003): Fra forming til kunst og håndverk, fagutvikling og skolepolitikk 1974-1997. 48 s. (HiT-skrift 5/2003)
- Olav Solberg, Herleik Baklid, Peter Fjågesund, red.** (2003): Tekst og tradisjon. M. B. Landstad 1802-2002. 106 s. (HiT-skrift 4/2003)
- Ella Melbye** (2003): Hovedfagsoppgaver i forming Notodden 1976-1999. Faglig innhold sett i lys av det å forme. 129 s. 1 CD-rom (HiT-skrift 3/2003)
- Olav Rosef m.fl.** (2003): Escherichia coli-bakterien som alle har –men som noen blir syke av – en oversikt. 22 s. (HiT-skrift 2/2003)
- Olav Rosef m.fl.** (2003) Forekomsten av *E.coli* O157 ("hamburgerbakterien") hos storfe i Telemark og i kjøttdeig fra Trøndelag (2003) 25 s. (HiT-skrift 1/2003)
- Roy Istad** (2002): Oppretting av polygon. 24 s. (HiT-skrift 3/2002)
- Ella Melbye, red.** (2002): Hovedfagsstudium i forming 25 år. 81 s. (HiT-skrift 2/2002)
- Olav Rosef m.fl.**(2001) : Hjorten (*Cervus elaphus atlanticus*) i Telemark. 29 s. (HiT-skrift 1/2001)
- Else Marie Halvorsen** (2000): Kulturforståelse hos lærere i Telemark anno 2000. 51 s. (HiT-skrift 4/2000)
- Norvald Fimreite, Bjarne Nenseter and Bjørn Steen** (2000) : Cadmium concentrations in limed and partly reacidified lakes in Telemark, Norway. 16 s. (HiT-skrift 3/2000)
- Tåle Bjørnvold** (2000) : Minimering av omstillingstider ved produksjon av høvellast. 65 s. (HiT-skrift 2/2000)
- Sunil R. de Silva , ed.** (2000): International Symposium. Reliable Flow of Particulate Solids III Proceedings.11.- 13. August 1999, Porsgrunn, Norway. Vol. 1-2 (HiT-skrift 1/2000)

HiT notat / HiT Working Paper

Olav Tangvald-Pedersen , red. (2008) ”Å komme seg”. Pasientformulert rehabilitering. 50 s. (HiT-notat 2/2008)

Jan Heggnes (2008) Tinfos I – kanalisering av undervannet, fiskebiologiske vurderinger. 14 s. (HiT-notat 1/2008)

Olav Dalland og Kjersti Røsvik (2007) Fra intensjon til realitet og tilbake til intensjonen igjen. Evaluering av fleksibelt bachelorstudium i sykepleie. 77 s. (HiT-notat 3/2007)

Per Gunnar Disch m.fl. (2007) Feltarbeid på nett. En oppsummering av erfaringer fra feltarbeid på fleksibel sykepleierutdanning kull 2002. 11 s. (HiT-notat 2/2007)

Per Gunnar Disch og Anne K. Malme, red. (2007) Selvevaluering av fleksibelt bachelorstudium i sykepleie. Fra intensjon til realitet. 77 s. (HiT-notat 1/2007)

Sidsel Beate Kløverød (2004) Tap av verdighet i møte med offentlig forvaltning. 135 s. (HiT-notat 2/2004)

Roy M. Istad (2004): Tettere studentoppfølging? Undervegsrapport fra et HiT-internt prosjekt. 15 s. (HiT-notat 1/2004)

Eli Thorbergesen m.fl. (2003): ”Kunnskapens tre har røtter...” Praksisfortellinger fra barnehagen. En FOU-rapport. 42 s. (HiT-notat 5/2003)

Per Arne Åsheim , ed. (2003) : Science didactic. Challenges in a period of time with focus on learning processes and new technology. 54 s. (HiT Working Paper 4/2003)

Roald Kommedal and Rune Bakke (2003): Modeling Pseudomonas aeruginosa biofilm detachment. 29 s. (HiT Working Paper 3/2003)

Elisabeth Aase (2003): Ledelse i undervisningssykehjem. 27 s., vedlegg. (HiT-notat 2/2003)

Jan Heggnes og Knut H. Røed (2003): Genetisk undersøkelse av stamfisk av ørret fra Måna, Tinnsjø. 10 s. (HiT-notat 1/2003)

Erik Halvorsen, red. (2002): Bruk av Hypermedia og Web-basert informasjon i naturfagundervisningen. Presentasjon og kritisk analyse. 69 s. (HiT-notat 2/2002)

Harald Klempe (2002): Overvåking av grunnvannsforurensning fra Revdalen kommunale avfallsfylling, Bø i Telemark. Årsrapport 2000. 24 s. (HiT-notat 1/2002)

Jan Ove Tangen (2001): Kompetanse og kompetansebehov i norske golfklubber. 12 s. (HiT-notat 6/2001)

Øyvind Risa (2001): Evaluering av Musikk 1. 5 vektall. Desember 2000. Høgskolen i Telemark, Allmennlærerutdanninga på Notodden. 39 s. (HiT-notat 5/2001)

Harald Klempe (2001): Overvåking av grunnvannsforurensning fra Revdalen kommunale avfallsfylling, Bø i Telemark. Årsrapport 1999. 22. s. (HiT-notat 4/2001)

Harald Klempe (2001): Overvåking av grunnvannsforurensning fra Revdalen kommunale avfallsfylling, Bø i Telemark. Årsrapport 1998. 22 s. (HiT-notat 3/2001)

Sigrun Hvalvik (2001): Tolking av historisk tekst – et hermeneutisk perspektiv. Et vitenskapsteoretisk essay. 28 s. (HiT-notat 2/2001)

Sigrun Hvalvik (2001): Georg Henrik von Wright. Explanation of the human action : an analysis of von Wright's assumptions from the perspective of theory development in nursing history. 27 s. (HiT-notat 1/2001)

Arne Lande og Ralph Stålberg, red. (2000): Bruken av Hardangervidda – ressurser, potensiale, konflikter. Bø i Telemark 8.-9. april 1999. Seminarrapport. 57 s. (HiT-notat 3/2000)

Nils Per Hovland (2000): Studentar i oppdrag : ein rapport som oppsummerer utført arbeid og røynsler frå prosjektet "Nyskaping som samarbeidsprosess mellom SMB og HiT", 1998-2000. 24 s. (HiT-notat 2/2000)

Jan Heggenes (2000): Undersøkelser av gyteplasser til ørret i Tinnelvas utløp fra Tinnsjø (Tinnoset), Notodden i Telemark, 1998. 7 s. (HiT-notat 1/2000)

HiT-skrift og HiT-notat kan bestilles fra Høgskolen i Telemark, kopisenteret i Bø:
e-post: kopi-bo@hit.no
tlf. +47 35952834

HiT Publications and HiT Working Papers can be ordered from the Copy Centre,
Telemark University College, Bø Campus:
email: kopi-bo@hit.no
tel.: +47 35952834

De fleste HiT-skrift og HiT-notat finnes elektronisk i TEORA -Telemark Open Research Archive
<http://teora.hit.no/dspace/>

You will find most of the HiT Publications and HiT Working Papers in full-text in TEORA -
Telemark Open Research Archive <http://teora.hit.no/dspace/>