

Svalbard-turistenes informasjonsbehov: Ønsker informasjon hjemme før avreise

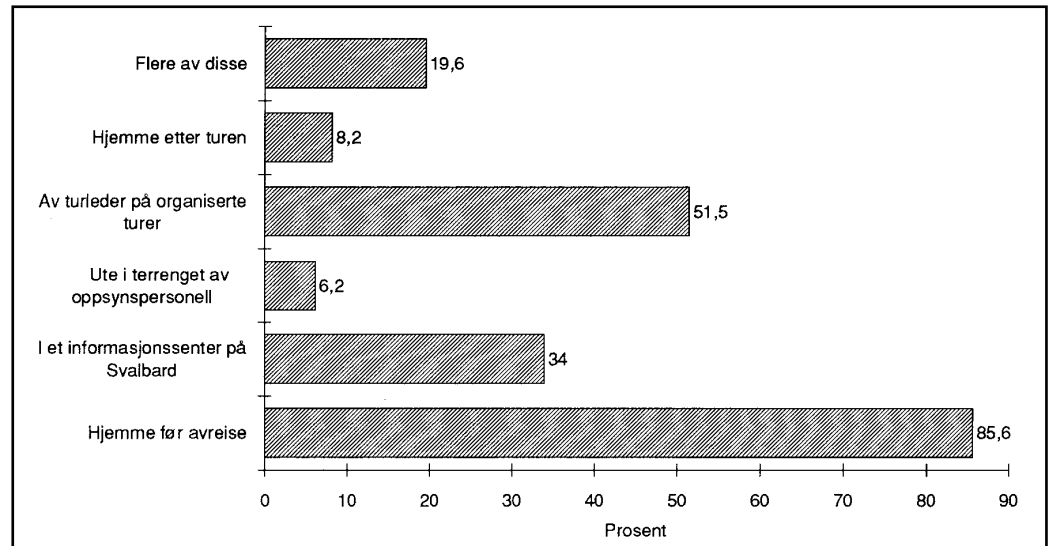
Det store flertallet av Svalbard-turistene ønsker mest mulig informasjon om Svalbard på hjemstedet før avreisen til øygruppen.

Dette går fram av en NINA-undersøkelse utført i forbindelse med planene om et informasjonssenter for natur og kultur på Svalbard. De intervjuede er turister fra ulike land som deltok på organiserte turer i juli-august 1993.

Informasjonssenter

Et informasjonssenter og informasjon gjennom turledere ute i terrenget må betraktes som elementer i det samlede informasjonstilbudet. Turistene i utvalget uttrykker dessuten ulike preferanser med hensyn til ulike formidlings- og presentasjonsteknikker i et informasjonssenter.

Turistene på Svalbard utgjør en sammensatt gruppe



Foretrukne tidspunkt for å motta informasjon om forhold på Svalbard i forbindelse med en tur til øygruppen.

som har forholdsvis lange opphold på stedet. Det er spesielt stor interesse for informasjon om ulike sider av naturmiljøet, og relativt stor interesse for fangst- og kulturhistorie, miljøvern og forvaltning, transport, turmuligheter og innkvartering. Turis-

tene uttrykker noe mindre interesse for informasjon om dagens næringsliv og samfunnsnivå på Svalbard.

Informasjonens mål

Med den store bredden i Svalbard-turistenes bakgrunn og ønsker, er det nødvendig å

definere hvilket mål informasjonsarbeidet skal ha. Informasjon om Svalbard kan tjene ulike formål fra ren opplysning og formidling av opplevelser til påvirkning av uønsket adferd.

Utilstrekkelig informasjon

I løpet av de siste årene er det blitt stadig tydeligere at det finnes et stort informasjonsbehov blant tilreisende til Svalbard. Det eksisterende informasjonsapparatet i Longyearbyen hos Sysselmannen, Museet, Info-Svalbard under Svalbard Næringsutvikling og turoperatører synes

ikke å kunne dekke disse behovene fullt ut i sin nåværende form, og det er behov for en gjennomarbeiding og koordinering av tilbud og ressurser. Ideen om et Svalbardsenter for natur, kultur og informasjon er utredet i en projektskisse for Norsk Kulturråd.

Formålet med NINAs undersøkelse er å kartlegge hvilke typer av informasjon som det er størst ønske om blant de tilreisende, og på hvilken måte denne informasjonen best kan presenteres i et senter i Longyearbyen.

Filmer ønsket — skepsis til souvenirer

Audiovisuelle medier (lysbildeserier og filmer), salg av kart og bøker, og muligheter for direkte kontakt med personer med faglige kunnskaper om forholdene på Svalbard— dette er presentasjonsteknikker i et informasjonssenter som de spurte rangerer høyt. Mer enn en tredel av utvalget mener at salg av souvenirer ikke passer i et informasjonssenter, mens det er relativt stor spredning i oppfatninger om hvorvidt aktiviteter som guidede turer bør knyttes til senteret.

STOFFET ER HENTET FRA

NINA Oppdragsmelding 290

Bjørn P. Kaltenborn:

«Informasjonsbehov blant turister på Svalbard».

Svalbard-turistenes interesse for ulike temaer i et informasjonssenter i Longyearbyen.

Stor interesse for naturen

Det er særlig naturmiljøet i vid forstand som vekker stor interesse blant Svalbard-turistene. Et stort flertall er svært interessert i dyre-, fugle- og planteliv, landskap-/terrengformer og glasiologi/breer. Det var ingen som ikke var interessert i dyre- og fugleliv. Figuren til høyre gir en grafisk presentasjon av det samme materialet.

De enkelte temaene bør ikke betraktes som isolerte fenomener; andre forskningsarbeider har vist at turister både på Svalbard og i andre naturområder opplever naturmiljøer som sammensatte fenomener, der opplevelsene av enkelte miljøforhold, som for eksempel dyreliv, henger sammen med opplevelser av andre miljøforhold og miljøet som helhet. Turister til Svalbard ville neppe bli tilfreds med opplevelsen hvis de bare ble informert om dyreliv, eller bare hadde anledning til å oppleve dyreliv og ingen andre sider ved naturmiljøet eller menneskelig virksomhet på øygruppen.

Info-opplegg kan påvirke atferd

Et informasjonssenter i Longyearbyen vil neppe kunne påvirke alle former for holdninger og atferd blant turister på Svalbard. Er informasjonsoppleggene presise og godt nok gjennomført, vil de i varierende grad kunne påvirke atferd som skyldes ubetenksomhet, manglende kunnskap eller manglende erfaring. En kombinasjon av strategier, avhengig av tema og budskap, vil være nødvendig for å lykkes med informasjonsarbeidet. Overfor motiverte målgrupper kan det være mest egnet å legge vekten på innhold og argumentasjon, i andre tilfeller kan presentasjonsmåten være avgjørende.

