

# Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping

Karl Baadsvik  
Karoline Daugstad

**NINA Oppdragsmelding 783**

**NINA Norsk institutt for naturforskning**

# Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping

Karl Baadsvik<sup>1</sup>

Karoline Daugstad<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Norsk institutt for naturforskning

<sup>2</sup>Norsk senter for bygdeforskning

## NINAs publikasjoner

### NINA utgir følgende faste publikasjoner:

#### NINA Fagrapport

Her publiseres resultater av NINAs eget forskningsarbeid, problemoversikter, kartlegging av kunnskapsnivået innen et emne, og litteraturstudier. Rapporter utgis også som et alternativ eller et supplement til internasjonal publisering, der tidsaspekt, materialets art, målgruppe m.m. gjør dette nødvendig.

Opplag: Normalt 300-500

#### NINA Oppdragsmelding

Dette er det minimum av rapportering som NINA gir til oppdragsgiver etter fullført forsknings- eller utredningsprosjekt. I tillegg til de emner som dekkes av fagrapportene, vil oppdragsmeldingene også omfatte befæringsrapporter, seminar- og konferanseforedrag, års-rapporter fra overvåkningsprogrammer, o.a.

Opplaget er begrenset. (Normalt 50-100)

#### NINA Project Report

Serien presenterer resultater fra begge instituttenes prosjekter når resultatene må gjøres tilgjengelig på engelsk. Serien omfatter original egenforskning, litteraturstudier, analyser av spesielle problemer eller tema, etc.

Opplaget varierer avhengig av behov og målgrupper

#### NINA Temahefte

Disse behandler spesielle tema og utarbeides etter behov bl.a. for å informere om viktige problemstillinger i samfunnet. Målgruppen er "allmennheten" eller særskilte grupper, f.eks. landbruket, fylkesmennesenes miljøvern-avdelinger, turist- og friluftlivskretser o.l. De gis derfor en mer populærfaglig form og med mer bruk av illustrasjoner enn ovennevnte publikasjoner.

Opplag: Varierer

#### Fakta-ark

Hensikten med disse er å gjøre de viktigste resultatene av NINAs faglige virksomhet, og som er publisert andre steder, tilgjengelig for et større publikum (presse, ideelle organisasjoner, naturforvaltningen på ulike nivåer, politikere og interesserte enkeltpersoner).

Opplag: 1200-1800

I tillegg publiserer NINA -ansatte sine forskningsresultater i internasjonale vitenskapelige journaler, gjennom populærfaglige tidsskrifter og aviser.

Baadsvik, K. & Daugstad, K. 2003. Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping. – NINA oppdragsmelding 783. 29pp. Vedlegg.

Trondheim, mars 2003

ISSN 0802-4103

ISBN: 82-426-1391-5

Rettighetshaver ©:

NINA

Norsk institutt for naturforskning

Publikasjonen kan siteres fritt med kildeangivelse

Kontaktadresse:

NINA

Tungasletta 2

N-7485 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00

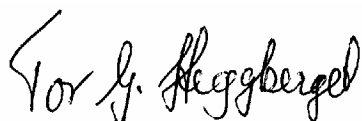
Telefax: 73 80 14 01

<http://www.nina.no>

Tilgjengelighet: åpen

Prosjekt nr.: 91093500

Ansvarlig signatur:



Oppdragsgiver:

Miljøverndepartementet

---

## Forord

Denne rapporten er sluttproduktet i samband med et oppdrag som Miljøalliansen AS fikk fra Miljøverndepartementet og hvor NINA har stått for gjennomføringen. NIBR og NIKU har også vært med i arbeidet, i tillegg til Telemarksforskning og Norsk senter for bygdeforskning.

Foruten forskningsmiljøer er det lagt vekt på å få innspill underveis fra myndigheter, organisasjoner og næringslivet. Samspillet mellom alle disse ulike aktører trer fram som en klar forutsetning for at man skal lykkes i verdiskaping med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer. En klar anbefaling er ellers at det må satses på utvikling av konkrete prosjekter som helst har et større, gjerne regionalt perspektiv.

Sluttrapporten baserer seg i stor grad på delutredninger, i tillegg til vurderinger og synspunkter som kom fram på et seminar som ble arrangert som en del av prosjektet. Sluttrapporten inneholder svært lite av referanser. Disse finnes primært i delutredningene som er vedlagt og som det flere steder henvises til i teksten.

# Innhold

|   |    |
|---|----|
| Forord .....  | 3  |
| 1 Bakgrunn og mål .....   | 5  |
| 2 Arbeidsform og aktører.....   | 6  |
| 3 Verdiskaping og økonomiske perspektiver .....   | 7  |
| 3.1 Verdiskapingsbegrepet.....  | 7  |
| 3.2 Noen hensiktsmessige forutsetninger .....   | 8  |
| 3.3 Samfunnsøkonomisk lønnsomhet - noen problemstillinger .....                                     | 8  |
| 3.4 Den kulturøkonomiske tilnærmingen.....  | 9  |
| 4 Verdien av kulturminner og kulturmiljøer.....   | 11 |
| 4.1 Verdiskapingspotensialet.....   | 11 |
| 4.2 Samfunnsøkonomiske ressurser .....  | 11 |
| 4.3 Sikring av miljøverdier og bærekraft.....   | 12 |
| 4.4 Skaping av ikke-materielle verdier .....  | 12 |
| 4.5 Kommunikasjon som grunnlag for verdiskaping.....  | 12 |
| 5 Gode eksempler på verdiskaping.....   | 14 |
| 5.1 Hva må til for at et eksempel skal kalles vellykket? .....                                      | 14 |
| 5.2 Læring fra eksempler på naturvernområdet .....  | 14 |
| 5.3 Landskap, kulturminner og kulturmiljøer .....   | 15 |
| 5.4 Gårdsturisme og andre verdiskapingstiltak med utgangspunkt i jordbrukskulturen.....             | 15 |
| 5.5 Kulturminner og kulturmiljø langs kysten.....   | 16 |
| 5.6 Fra industrimiljø til trendy kjøpesenter og spennende bydel.....                                | 17 |
| 5.7 Verdiskaping med utgangspunkt i "nasjonalhistorie" og symboleffekt .....                        | 18 |
| 5.8 Kulturminner og kulturmiljø som merkevarebygger.....  | 18 |
| 5.9 Kan kunnskap og formidling føre til vern? Et tenkt eksempel .....                               | 18 |
| 6 Samarbeid og partnerskap .....  | 20 |
| 6.1 Bygdeturisme – samarbeid eller konkurranse bygdene imellom.....                                 | 20 |
| 6.2 God organisasjonsberedskap og ildsjeler er viktig.....  | 21 |
| 6.3 Gode "partnerskap" – støtte + egeninnsats.....  | 21 |
| 6.4 Lærdom fra utlandet .....   | 22 |
| 6.5 Lokalt engasjement kan redde verdier .....  | 22 |
| 7 Kulturminnefondet som virkemiddel for verdiskaping.....   | 23 |
| 7.1 Innledning .....  | 23 |
| 7.2 Veiledning og informasjon .....   | 23 |
| 7.3 Kriterier for behandling av søknader .....  | 23 |
| 8 Veien videre- noen anbefalinger .....   | 26 |
| 8.1 Vern og bærekraftig bruk -holdninger og kunnskapsbasis må skapes .....                          | 26 |
| 8.2 Kunnskapsoversikt om temaet verdiskaping på kultuurminnefeltet .....                            | 26 |
| 8.3 Evalueringer og analyser.....   | 27 |
| 8.4 Satsing i regionale modellområder - forslag om etablering av et eget verdiskapingsprogram ..... | 27 |
| 8.5 Behov for mer grunnleggende forskning .....   | 28 |

Vedlegg

# 1 Bakgrunn og mål

Denne rapporten er skrevet på bakgrunn av et prosjekt Miljøalliansen AS fikk i oppdrag av Miljøverndepartementet å utføre. Norsk institutt for naturforskning (NINA) har vært departementets kontraktpartner, og seniorrådgiver Karl Baadsvik har vært prosjektleder.

Miljøverndepartementets mål med prosjektet har vært å få innspill til sentrale områder som departementet arbeider med for tiden innen kulturminnefeltet, spesielt etableringen av Norsk kulturminnefond, arbeidet med stortingsmelding om kulturminnepolitikken og behovene for FoU-basert kunnskap innen kulturminnefeltet.

Målet med prosjektet har konkret vært

”

- a) å gi styret for Kulturminnefondet et bedre grunnlag for å arbeide i forhold til næringslivet
- b) å få fram kunnskap om verdiskaping som kan brukes i arbeidet med å følge opp NOU 2002:1 "Fortid former framtid"
- c) å skape grunnlag for videre FoU på feltet, bl.a. ved å identifisere viktige kunnskapsmangler

Prosjektet skal bl.a søke å svare på spørsmål som

- Hvilke typer verdier representerer kulturminner og kulturmiljøer?
- Hva slags verdier kan de bidra til å skape?
- For hvem eller hvilke grupper representerer kulturminner og kulturmiljøer en verdi?
- Hvordan bør verdiskapingsbegrepet operasjonaliseres i denne sammenheng?
- Hvilke metoder kan brukes for å måle og evaluere verdiskapingen?
- Hva kan være gode modeller for samarbeid mellom ulike aktører(næringsliv, eiere, organisasjoner, forvaltning, forskning)?

Bygdeutvikling på basis av bygdenes egen natur- og kulturarv vil være et sentralt tema i utredningen. ”

---

## 2 Arbeidsform og aktører

Arbeidet har fulgt følgende opplegg:

- møter med oppdragsgiver for å diskutere målsetting og opplegg for gjennomføring.
- bestilling av fem delutredninger fra ulike FoU- miljøer:
  - Telemarksforskning (kulturøkonomi)
  - Norsk institutt for by- og regionforskning (verdiskapingsbegrepet)
  - Norsk senter for bygdeforskning (gode eksempler, samarbeidsmodeller)
  - Norsk institutt for kulturminneforskning – NIKU (kulturminnefaglige innspill)
  - NIKU (verdiskapingsprosess, et utvalgt eksempel med potensiale)
- arrangering av et én- dags seminar den 21. 1. 2003, i samarbeid med Riksantikvaren, og med deltagelse fra myndigheter, næringsliv, organisasjoner og forskningsmiljøer
- ferdigstilling av sluttrapport

Delutredningene følger som vedlegg til sluttrapporten (vedlegg 1-5), likeså program, deltagerliste og referat fra seminaret (vedlegg 6-8)

Underveis i arbeidet har det vært jevn kontakt med flere miljøer, spesielt Riksantikvaren(RA). Dette i tråd med Miljøverndepartementets anmodning om å sikre god koordinering med RAs eget arbeid med verdiskaping. Det må imidlertid presiseres at alle vurderinger og anbefalinger i rapporten står for prosjektets egen regning.

## 3 Verdiskaping og økonomiske perspektiver

For nærmere utdyppinger vises til rapportens vedlegg 1, 3 og 6.

### 3.1 Verdiskapingsbegrepet

Det er behov for en drøfting av selve verdiskapingsbegrepet, rettet mot en vurdering av i hvilken grad økonomiske og ikke-økonomiske forhold skal tas med i begrepet, og om mulighetene for å tallfeste også ikke-økonomiske forhold for bedre å kunne se de ulike aspektene i forhold til hverandre.

Begrepet verdiskapning er i seg selv ikke noe entydig uttrykk for hvordan økonomiske og ikke-økonomiske forhold kan verdsettes. En mulig differensiering av begrepet er følgende:

- Verdiskaping som begrep innen økonomisk terminologi, som uttrykk for hvordan ulike aktiviteter, institusjoner ellers grupper bidrar til nasjonalproduktet (BNP). Økonomisk verdiskaping er således en funksjon av den verdisetting (prissetting) som skjer i markedet. Dette verdiskapingsbegrepet er langt fra uproblematisk. Men det er forholdsvis presist og entydig og gjør det mulig (med visse forbehold) å måle ulike aktiviteters bidrag til verdiskapingen i samfunnet. For kulturminner og kulturmiljøer handler det her både om den direkte økonomiske verdiskaping knyttet til objektet/miljøet, så vel som den indirekte knyttet til økonomiske ringvirkninger gjennom produksjon av andre varer og tjenester. Dette verdiskapingsbegrepet er nøytralt i den forstand at det ikke skiller mellom nyttig og unyttig produksjon eller hva som er positivt eller negativt for samfunnet.
- Verdiskaping i mer allmenn betydning, som uttrykk for bidrag til noe som er verdifullt for samfunnet, men som ikke i utgangspunktet er knyttet til pengeverdier. Dette kan være tradisjoner og historisk verdi, verdi for identitetskapning, pedagogisk verdi, kunnskapsverdi, opplevelsesverdi osv. Dette verdiskapingsbegrepet er på en helt annen måte verdiladet, og det finnes ikke noen teknisk standard for å måle verdiskapingen på en objektiv måte. En annen sak er at verdiene under denne begrepsforståelsen i sin tur kan danne grunnlag for økonomisk verdiskaping

En mulig operasjonell tilnærming av begrepet verdiskaping i samband med kulturminner og kulturmiljøer kan være:

1. Skaping av økonomiske verdier,  
Gjennom bruk av ressurser for produksjon av varer og tjenester der økonomisk gevinst kan måles. Under dette punktet bør en skille mellom
  - Direkte verdiskaping, knyttet til selve kulturminnet/kulturmiljøet,
  - Indirekte verdiskaping, knyttet til produksjon av andre varer og tjenester, hva vi kan kalle økonomiske ringvirkninger
2. Verdiskaping av kulturminnet/miljøet,  
Gjennom forvaltning av ressursen i tråd med miljøsiktemål. Det dreier seg om vern, pleie restaurering og skjøtsel av kulturminner og kulturmiljøer. Denne type verdiskaping kan i sin tur danne grunnlag for økonomisk verdiskaping
3. Immateriell verdiskaping,  
Verdiskaping av den type som er omtalt i andre kulepunkt i 3.1 og som omhandler aktivering av ulike verdier for mennesker; her snakker vi om et verdibegrep som er vanskelig målbart i økonomisk forstand.

Det er ikke skarpe grenser mellom disse tre perspektivene på verdiskaping, og verdiskaping ut fra ett perspektiv kan ofte være en forutsetning for en annen type verdiskaping. De er interrelaterte: Selve vissheten om stavkirken kan skape turist- inntekter, inntekter kan i sin tur skape grunnlag for vedlikehold.



I det kulturøkonomiske perspektivet sees materielle og immaterielle verdier som en helhet og som en samlet ressurs for næringsutvikling. I en slik sammenheng er en inndeling som ovenfor ikke særlig relevant.

Det foreligger etter hvert en god del nyere arbeid knyttet til økonomisk verdisetting av kulturminner, som regel med utgangspunkt i studier av verdisetting av miljøgoder. Det kan for eksempel henvises til Navrud & Ready (2002): "Valuing Cultural Heritage". Edward Elgar Publ. Ltd. Bakgrunnen for mye av dette arbeidet er a) å framskaffe et bedre grunnlag for å vurdere kulturminners verdi i forhold til andre samfunnsinteresser som tradisjonelt lar seg kvantifisere lettere økonomisk og b) å få fram metoder og resultater for en bedre sammenligning mellom kulturminners verdi og kostnadene ved å opprettholde disse verdiene. I denne utredningen har vi valgt ikke å gå nærmere inn på disse problemstillingene. Vi har vurdert det slik at andre spørsmål er viktigere når det spesifikt gjelder kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for fremtidig (økonomisk) verdiskaping.

### 3.2 Noen hensiktsmessige forutsetninger

I forbindelse med tallfesting av økonomisk verdiskaping møter vi spørsmål av typen: Hva om vi i stedet satser på en annen måte (alternativ ressursbruk)? Skal vi ta hensyn til objektets/miljøets framtidige nytteverdi, og hvordan skal den i så fall beregnes? Skal vi beregne de økonomiske konsekvensene av å ikke bruke ressurser på verdiskaping- konsekvensene av "ikke-satsing"?

For operasjonalisering av verdiskapingsbegrepet i samband med kulturminner og kulturmiljøer er det det mye som taler for å se bort fra alternativ og framtidig bruk samt konsekvensene av ikke-satsing. Dette er en betydelig forenkling, men i praksis kanskje eneste farbare vei for å komme fram til en operativ avgrensning av økonomisk verdiskaping i tilknytning til kulturarven.

Da står vi igjen med en noe enklere oppgave: Den mulige verdiskapingen baseres på å bruke ressurser på et allerede eksisterende fenomen (her: kulturminne eller kulturmiljø), og vi ønsker så å vurdere i hvilken grad vi kan bruke fenomenet som en produksjonsfaktor for en økonomisk målbar merverdi. Dette innebærer at vi antar situasjonen for gitt og uten alternativt potensiale, nå eller i fremtiden.

### 3.3 Samfunnsøkonomisk lønnsomhet - noen problemstillinger

Enkelt sagt så vil et prosjekt være lønnsomt dersom de inntektene det genererer minst overstiger kostnadene som er forbundet med å oppnå disse inntektene. Problemene oppstår når vi prøver å konkretisere dette: Hvilke typer kostnader og inntekter tas med i regnskapet? Over hvor lang tid regner vi med inntekter og kostnader forbundet med prosjektet? Har vi tatt tilstrekkelig hensyn til alle relevante faktorer i det totale regnskapet? Det kan dreie seg om uforutsette kostnader eller inntekter innenfor de samfunnsrammer som ellers skulle være kjent, eller det kan også dreie seg om helt nye preferanser og forhold som først oppdages og tillegges vekt på et senere tidspunkt, jfr. en del av den forurensningsproblematikk som har fulgt i kjølvannet av industriell virksomhet.

For å kunne håndtere økonomisk verdiskaping i forbindelse med kulturminner og kulturmiljøer, må vi begrense oss til å vurdere komponenter som er kjente på et visst tidspunkt. Videre må komponentene kunne manifesteres som pengeverdier, slik at de kan inngå i sammenheng med andre størrelser.

Et viktig spørsmål blir også hvordan måle ringvirkningene av aktiviteten, og hvor stor blir en slik effekt? Er det slik at aktiviteten selv gir opphav til positiv verdiskaping for samfunnet, eller er det først når ringvirkninger for øvrige deler av produksjonslivet og/eller resten av samfunnet trekkes inn, at vi kan påstå at satsingen er gagnlig for samfunnet?

På samme måte som for den direkte måling av satsingens verdiskapende effekt, vil også verdisettingen av ringvirkningene kunne gjøres langs ulike dimensjoner. Normalt er det nærliggende

å velge noenlunde samme kvalitetsskala for vurdering av ringvirkningenes betydning, med det er ikke sikkert at det alltid er noen god tilnærming.

Dette vil eksempelvis være tilfelle når det er selve forekomsten av et kulturminne eller kulturmiljø som antas å medføre andre typer aktivitet. Det kreves kanskje vedlikehold og annen oppfølging for at kulturminnet eller kulturmiljøet skal gjøres tilgjengelig for publikum, men det kan gjerne være en svak sammenheng mellom ressurser direkte anvendt på slik tilrettelegging og de økonomiske konsekvenser som kan tolkes inn i fenomenets eksistens som attraksjon: Selve vissheten om at det finnes stavkirker, helleristninger med mer, kan, i alle fall på kort sikt, være tilstrekkelig til å medføre (økt) turisttrafikk. Først på lengre sikt vil det kunne bli en klarere sammenheng mellom grad av tilrettelegging av slike kulturelle uttrykk og hvor stor (økning i) turisttrafikken vil bli.

Vurdering av de økonomiske ringvirkningene krever også at vi presiserer noen utvalgte, målbarere virkninger og en tidshorisont. Utvalget av aktuelle ringvirkninger som det skal tas høyde for, må også drøftes nærmere: Er det tilstrekkelig å vurdere lokale utslag av ressursbruk på kulturarven? Er det i stedet slik at de mest relevante ringvirkningene først kan vurderes når vi ser et større geografisk område i sammenheng? I så fall kommer vi vanskelig utenom vurderinger av alternativ satsing, gjennom å stille spørsmål ved om satsting på de ulike elementene som inngår ved vurdering av ringvirkninger er nære substitutter eller fungerer som komplementære. Konkurrerer de direkte om oppmerksomheten, eller i hvilken grad bidrar de til sammen til ringvirkninger som hvert fenomen hver for seg ikke hadde hatt mulighet til å realisere?

### 3.4 Den kulturøkonomiske tilnærmingen

Utgangspunktet for kulturøkonomien er lokalsamfunnets evne til å styre sin egen utvikling. Den viktigste målsettingen med kulturøkonomien er således å etablere helhetlige lokale satsingsområder som både kan skape nye inntektsgivende produkter og markere stedet/regionen i det globale. Som strategi er kulturøkonomien derfor territoriell, og har som utgangspunkt at bildet av stedet, hvorvidt det blir oppfattet som særpreget eller spesielt, er den viktigste utviklingsressursen en har lokalt.

Kulturøkonomi som utviklingsstrategi er et spennende utgangspunkt for å fremme næringsutvikling knyttet til kulturminner og kulturmiljø. Men for å lykkes med en slik kobling trengs det en endring eller en utvidelse i fokus og forståelse knyttet til kulturarven som ressurs for økonomisk utvikling. For å lykkes må ressursene settes inn i en helhetlig lokal eller regional sammenheng, og like viktig: Verdier og interesser i kulturarven må kunne relateres til viktige og tunge trender i samfunnet i dag.

Dagens utgangspunkt er godt. Trendforskerne forteller oss at vi lever i drømmesamfunnet der stadig mer tid går med til å konsumere varer, tjenester og opplevelser, for å leve ut fantasier og drømmer og få gode opplevelser. Kulturminner og kulturmiljøer er tause vitner fra en annen tid, de har sterke "myto-poetiske" egenskaper, og på markedet for drømmer, opplevelser og identitet har de kanskje sitt fremste økonomiske potensiale. De kan gi historisk dybde til et sted og bidra til å fylle stedet med symbolsk innhold. Kulturøkonomien søker nettopp dette; å koble eksisterende og nye lokale symbolgrunnlag til rådende strømmer i tiden.

Kulturarven som ressurs i kulturøkonomien er åpenbart en utfordring for kulturminneforvaltningen som stadig har en sterk definisjonsmakt over kulturminner, kulturmiljøer og deres verdi. Men nyere politiske signaler om sterkere lokalt ansvar for forvaltning av disse ressursene er positive. Dette vil gi muligheter til å bygge broer mellom kultur og økonomi lokalt og regionalt, muligheter til å "markedefisere" kulturområdet og å "kulturalisere" markedet.

Næringsvirksomhet som er bra i lys av økonomiske kriterier kan samtidig være en trussel for kulturarven. Imidlertid, i kulturøkonomien ligger bærekraft innebygd, ikke bare som et mål, men som en viktig premiss for at strategien basert på lokalt særpreget og historiefortelling skal lykkes. I en kulturøkonomisk tilnæringsmåte kan ikke ulike definisjoner av verdiskaping (direkte og indirekte økonomisk, for kulturminnet, immateriell) sees isolert fra hverandre. Kulturminner og kul-

turmiljøer er ressurser av i dag enten de er materielle eller immaterielle, og de er uttrykk for potensielle markører av lokale eller regionale særtrekk som etterspørres i et marked og som dermed kan danne grunnlag for næringsutvikling.

## 4 Verdien av kulturminner og kulturmiljøer

For utdyping vises til vedlegg 5, dels også 1.

### 4.1 Verdiskapingspotensialet

Kulturminnene og kulturmiljøene eksisterer i seg selv og har en egenverdi. De får imidlertid en enda større verdi dersom de anvendes som kilde for ny kunnskap, for formidling og for opplevelse. Verdiene ligger latent.

For at kulturminner skal kunne gi grunnlag for verdiskaping i dagens og morgendagens samfunn, er det en forutsetning at de er identifisert og altså kjent. Kommunikasjon er med andre ord et kjernebegrep. Kommunikasjonen vil ikke bare omfatte formidling av kulturminnets eksistens, men også en tolkning av dette i sin historiske kontekst.

Kulturmiljøer kan ha en direkte opplevelsesverdi uavhengig av formidling av historisk kunnskap, men verdiskapingspotensialet for et kulturmiljø vil øke sterkt jo mer kunnskap som knyttes til det og videreformidles.

Både kulturminner og kulturmiljøer er avhengige av at de ikke blir utsatt for skade eller ødeleggelse for å opprettholde sin fysiske verdi. De fleste er også avhengige av skjøtsel og vedlikehold. I et samfunn som er mer endringsorientert enn noen gang tidligere, er kulturminnene sterkt presset pga. utbygging og fortetting i sentrale strøk med ekspanderende bysentra og tettsteder. I områder med fraflytning og liten næringsaktivitet er de gjenstand for desimering og skade. Kommunikasjonsutbygging og næringsaktivitet er et problem både i sentrale og ikke-sentrale strøk.

Antikvariske myndigheter, til dels lovverket, opererer med internasjonal verdi (verdensarv), nasjonal verdi, regional verdi og lokal verdi. Men definisjonen av hva som har slik verdi er svært problematisk, særlig hvis man tar utgangspunkt i kulturminnene/-miljøenes beliggenhet. Alle kulturminner ligger lokalt, og den lokale verdien er som regel avgjørende for ivaretagelsen av dem. Den samme typen levning kan ett sted tilskrives stor verdi, mens den et annet sted betraktes som noe som bør fjernes eller forsvinne naturlig.

Det er også slik at opplevelsen av kulturminner først og fremst er en verdi for den enkelte, altså knyttet til det individuelle. I den grad den er knyttet til et fellesskap er det ofte et lokalt fellesskap. Vi har mange eksempler på at lokale initiativ resulterer i en kvalitativ verdiskaping ved vitalisering av et kulturminne. Samtidig kan dette resultere i en økonomisk verdiskaping.

### 4.2 Samfunnsøkonomiske ressurser

Kulturminner og kulturmiljøer er samfunnsøkonomisk viktige ressurser:

- 1) *Fredete og bevaringsverdige bygninger* vil med godt vedlikehold i de fleste tilfeller ha en stor livslengde, gjerne langt større enn moderne bygg. Verdien av å bevare disse bygningene ligger også i det som spares av ressurser ved å bygge nytt. Ca. 40% av nasjonalformuen er knyttet til bygningsmassen. Av denne er en betydelig del fredete og verneverdige bygninger, i størrelsesorden 50.000 objekter.
- 2) *Tradisjonelt vedlikehold skaper behov for spesialprodukter*. Slike spesialprodukter er f. eks. malmet furu og annet trevirke med spesielt gode egenskaper. Slik produksjon egner seg spesielt godt i et småskalig skogbruk. Bevaring og vedlikehold vil dessuten gi arbeidsplasser både til spesialister, håndverkere og produsenter.
- 3) *Inntekter ved turisme og fritidsaktiviteter* vil i svært mange tilfeller kunne ha som utgangspunkt kulturmiljø og kulturminneverdier, i tillegg til natur. En viktig del av dette er kulturlandskaper, bygninger, kulturmiljøer, gårdsbruk med innmark, fiskevær, kirker og gravrøyser

m.m. Det ligger en betydelig utfordring i å skaffe mer kunnskap om den økonomiske gevinsten som vitalisering av kulturminner/kulturmiljøer kan gi.

### 4.3 Sikring av miljøverdier og bærekraft

Å ta vare på kulturminner og kulturmiljøer er i mange tilfeller også en god strategi for å ivareta miljøverdier i et bærekraft- perspektiv:

- 1) *Tradisjonelt vedlikehold* av fredete og bevaringsverdige bygninger vil i de fleste tilfeller si miljømessig gunstig vedlikehold med bruk av ikke-giftige og fornybare ressurser. Alternativt har moderne byggeteknikker med siktemål å minske omkostningene og også vedlikeholdet vist seg svært ofte ført til skader både på selve bygningene og dermed også for brukerne i form av råteplager, muggsoppdannelse, dårlig inneklima, asbestskader m.m. Skadene har ofte ført til meget dyre utskiftninger og erstatningsarbeider, slik at dette også har et rent økonomisk perspektiv.
- 2) *Pleie av kulturmiljøer* skaper muligheter for produksjon av spesialprodukter innen landbruk hvor kvalitet, økologiske produksjonsmetoder og direkte salg er gode salgsargumenter for kvalitetsbevisste kjøpere.

### 4.4 Skaping av ikke-materielle verdier

Med kulturminner og –miljøer som utgangspunkt, kan det sikres og skapes verdier også av immateriell art:

- 1) *Nasjonal symbolverdi* har i høy grad vært basert på kulturminner og kulturmiljøer fra vikingtid og middelalder, og fra midten av 1800-tallet til siste del av 1900-tallet. Nasjonale monumenter som Nidarosdomen, Akershus slott og Eidsvollsbygningen har sammen med stavkirker, middelalderloft, de store gravhaugene, vikingskip og seilskuter blitt nasjonale symboler og identitetsskaper med en viktig rolle i nasjonsoppbyggingen.
- 2) *Regional og lokal identitet* vil også i stor grad være støttet ved aktivisering av kulturminner og kulturmiljøer som symboler eller som faste og trygge referansepunkter. I et kulturøkonomisk perspektiv representerer kulturarven lokale eller regionale ressurser som kan bidra i næringsutvikling, først og fremst i form av enkeltpersonenes og lokalmiljøenes fortellinger.
- 3) *Undring og nysgjerrighet omkring menneskeskapte levninger* ligger dypt i oss og trenger ikke å skyldes at vi er i slekt med dem som har laget levningene, enn si at vi tilhører samme kulturtradisjon som dem. I et flerkulturelt samfunn vil det fremmedartete menneskeskapte være en fellesnevner for noe som kan gi engasjement, entusiasme og underholdning. Her ligger det grunnlag for verdiskaping gjennom engasjement og ved å skape forståelse og respekt på tvers av kulturelle og etniske skillelinjer.
- 4) *Livskvalitet* gjennom et godt miljø er generelt akseptert som en viktig sammenheng. Blant miljøfaktorene er bl.a. natur og kulturmiljø viktige der det er spørsmål om "det gode liv". Tradisjonell trehusbebyggelse i by eller bebyggelse med stort innslag av natur er gjerne foretrukket. Kulturminner kan øke viljen til investering i egen bolig og på den måten bidra til verdiskaping.

### 4.5 Kommunikasjon som grunnlag for verdiskaping

Synliggjøring av de latente verdiene i kulturminnene avstedkommer økt interesse. Interessen for en gravhaug vil øke dersom det kommuniseres opplysninger om datering på haugen, hva slags person som er begravet i den, hvilken bosetning den er knyttet til og hvorfor gravhaugen

ble reist. Også ikke synlige kulturminner kan gi verdiskaping, men er selvsagt helt avhengige av informasjon. Stedet for en bestemt historisk hendelse er eksempel på dette.

Verdiskapingen skjer ved at kulturminnet blir kommunisert, og at kommunikasjonen fører til handling, f.eks. besøk av turister. Tilrettelegging, pleie, mer informasjon, suvenirer m.m. er aktivitet som øker nasjonalproduktet. Fjernsynsprogrammer i serien "Herskelig" på NRK1, og bøker med beskrivelse av norske tradisjonelle trehoteller er eksempler på hvordan synliggjøring av eksisterende kulturminner har virket som meget god markedsføring og ført til økt besøk, også fra utlandet.

Kaupang- utgravningen i Vestfold i 2000-2002 la stor vekt på formidling av resultater via media og ved å tilrettelegge for besøk på stedet. Den store publikumstilstrømningen har vist hvilket stort potensiale et slikt sted har for verdiskaping (se kap. 5 nedenfor).

## 5 Gode eksempler på verdiskaping

Denne delen er i hovedsak basert på vedlegg 2, og noe materiale fra vedlegg 1, 4 og 5.

### 5.1 Hva må til for at et eksempel skal kalles vellykket?

Hva som kan regnes som gode eksempler og en spore til nye satsinger henger selvsagt sammen med hva som legges i begrepet verdiskaping. Er de gode eksempler på verdiskaping der en tjener mest mulig penger? Der kulturminnet fremstår i god antikvarisk stand? Der en har fått økt fokus på kulturminnet i seg selv, historien det formidler eller stedet det befinner seg på? Der et lokalmiljø har blitt mer bevisst på "sine" kulturminner? Vi trenger gode eksempler å lære av og som kan spre entusiasme og lyst til å dra i gang nye tiltak.

Gode eksempler på verdiskaping kan dekke et vidt spekter:

- Eksempler fra ulike typer kulturminner (gårdsmiljø, industrimiljø, bymiljø), fra ulike etniske sammenhenger (samisk, kvensk osv.), fra ulike geografiske områder (kyst, innland, nord, sør), og fra ulike tidsepoker.
- Fra de mest håndfaste kulturminner (bygninger eller andre bygde strukturer) til matkultur, husflid og håndverk, fortellinger og sagn, og kulturminne i form av kunnskap om bruk og ressursutnytting.
- Eksempler fra "tette og tydelige" kulturminner/-miljø (eksempelvis bydel, gårdstun, kirke) til utydelige eller spredte kulturminner (eksempelvis dyregrav eller andre fangstinnretninger i fjellområder, utmarksbygninger, tømmerfløtningssystemer, gamle slåttemarken).
- Eksempler som tar utgangspunkt i ett avgrenset kulturminne (eksempelvis bolig til kjent kunstner, kirkebygg) eller hvor et helt landskap eller ei bygd er "besøksmålet".
- Verdiskaping av ulikt omfang (variasjon i omsetningstall, antall besøkende osv.).
- Verdiskaping som enkeltforetak eller felles for flere (aksjeselskap, utmarkslag, reiselivsoperatør).
- Verdiskaping som tilleggsnæring og verdiskaping som hovedaktivitet for næringsutøveren/-e.

Ikke alle kulturminner er utviklingsbare. Noen er svært sårbare - et grelt eksempel er helleristningsfelt som ødelegges av overskriving, inskripsjoner og tegninger.

### 5.2 Læring fra eksempler på naturvernområdet

Når fokus rettes mot verdiskaping basert på kulturminner er det relevant å trekke inn verdiskapingsdebatten rundt naturområder og -verdier. "Å tjene penger på nasjonalparken" – dette er nytt i norsk sammenheng, men vi ser her en debatt som arbeider seg fram i takt med at mer areal blir vernet og at de tradisjonelle bygdenæringene er nedadgående. Det er interessant å se hvordan verdiskaping defineres og omtales i en slik sammenheng. Blant annet gjennomføres "Naturbruksprosjektet" i regi av Fylkesmannens miljøvernavdeling i Sogn og Fjordane. Med utgangspunkt i Jostedalbreen nasjonalpark og omliggende bygder ser en i dette prosjektet på økonomiske ringvirkninger av vernede områder, potensiale for ny næringsutvikling i randsonene til vernede områder, og gjennomføring av konkrete næringsutviklingstiltak.

Prosjektet har som utgangspunkt at potensialet for bruk av nasjonalparker og andre naturvernområder som tåler bruk er underutnyttet. Dette blir ekstra tydelig når trendene i reiselivet viser økende etterspørsel etter temareiser, natur- og kulturbaserte tilbud. I stor grad er det her en felles "nisje" med basis i både naturverdier og kulturminner og med flere felles grunnleggende utfordringer – blant annet diskusjoner rundt hvem er vernede områder for: Som ressurs for et lokalsamfunn eller som verdi for nasjonen? Og hvem skal kunne tjene penger på kulturminnet og dermed kanskje "bruke det opp"?

### 5.3 Landskap, kulturminner og kulturmiljøer

Å aktivisere kulturminner, kulturmiljøer eller kulturlandskap i forbindelse med verdiskaping krever at de kvaliteter med vil formidle og "selge" er fattbare. Noen kulturminner er mer fattbare enn andre, mens andre kulturspor krever mer enn allmenn kunnskap både for å sees og forstås. Biologiske kulturminner har vist seg å være en stor utfordring både med hensyn til bevisstheten rundt å ikke ødelegge slike kvaliteter ved utbygging og andre inngrep, men også hva gjelder potensiale for kultur-turisme. Gamle kulturmarker overses av fagetater, politikere og folk flest hevdet det. Vi har mer dokumentasjon og kunnskap om det umiddelbart synlige og forståelige, f. eks. vegfar, rydningsrøyser og steingjerder, enn om en kulturbetinget slåttengs-flora som ofte krever litt mer forklaring enn det som kan påregnes som "allmenn" viten.

Et annet eksempel på type kulturminner som er en utfordring formidlingsmessig er Kaupang i Tjølling hvor det planlegges et besøkssenter i fortsettelsen av det arkeologiske utgravningsprosjektet. Fordi det på overflaten ikke er synlige rester av det som er tolket som Norges eldste by, er det spesielt viktig å bruke de delene av landskapet som kan tydeliggjøre strukturer og lesbarhet i kulturmiljøet.

Et eksempel på et kulturlandskap som danner utgangspunkt for både historiefornidling og nisjenæringer er aktivitet rundt Lyngheisenteret på Lygra i Lindås ved Bergen. Lyngheisenteret er et nytt opplevelsessenter, et senter for historiefortelling, og har videre vært en spore for lokalbefolkningen til å bruke lyngheilandskapet for å skape ny næring. Her holdes det steinaldersau, "villsau", for å pleie landskapet samtidig som kjøttet har blitt et trendprodukt med stor tilleggsverdi. Fokus på verne og pleie av kulturlandskap primært har fått en sekundæreffekt når stadig flere bønder langs kysten ser den tidsaktuelle økonomiske ressursen lyngheia representerer. Mat fra lyngheia finst i dag på bordet til noen av de mest "trendy" restaurantene på Vestlandet.

Kulturminner som i utgangspunktet framstår som frittstående enkeltobjekter i et naturlandskap er en utfordring på formidlingssiden. Et illustrerende eksempel her er ulike innretninger knyttet til tømmerfløting i Rørosområdet. Hele Rørosvidda ble fra midten av 1600-tallet et viktig ressursområde for kobberværksdrifta i selve Bergstaden. Det trengtes store mengder tømmer til industrivirksomheten og byen, og tømmeret ble hentet fra et vidt omland. Spor etter denne formen for bruk er tømmerrenner, dammer, sluser, flåter, koier osv. tilknyttet vannveiene i området. Dette er enkeltobjekter som turister og turgåere møter i et stort og kulturbetinget naturlandskap, hvor sammenhengen mellom objektene ikke trer fram uten hjelp. Det siste tiåret er det gjort et betydelig restaurerings- og formidlingsarbeid tilknyttet disse kulturminnene, det er utarbeidet informasjonsmateriale, gjennomført tema-arrangementer, guiding etc. for å sette enkeltobjektene inn i en større sammenheng og dermed øke opplevelsespotensialet tilknyttet denne typen kulturminner.

### 5.4 Gårdsturisme og andre verdiskapingstiltak med utgangspunkt i jordbrukskulturen

De fleste dokumenterte eksempler på verdiskaping og kulturminner omhandler bebygde miljøer. Det finnes en rekke veiledningshefter som spesielt går på bygningsmiljø og avveininger i forhold til ny bruk i gamle bygninger. En typisk funksjonsendring eller modernisering er til bruk innen turisme. Mange av eksemplene i slike veiledere er hentet fra landbruks- eller gårdsmiljø. Heftene er rettet mot eiere eller brukere, og til instanser som driver rådgivning, planlegging og forvaltning av bygningsmiljø.

Utgangspunktet er ofte ønske om tilleggsnæringer, en bygningsmasse som enten er ute av bruk (kårbolig eller eldre bolighus), eller som tenkes omdisponert fra dagens bruk. Gårdsturismen inngår som regel i et bygnings- og bomiljø hvor næringsdrifta og eiers boligfunksjon kombineres. Ofte er eiers ønske om å vedlikeholde bygningene tydelig, og ny inntjening kan gi mulighet til det. Slikt veiledningsmateriale tar opp avveiningen mellom antikvariske eller bygningshistoriske interesser og de krav og ønsker som ligger i selve næringsvirksomheten. Veiledningsheftene gir konkrete råd i forhold til byggeprosesser, planlegging, tilskuddsordninger osv.



Disse eksempel- samlingene har et fellesmoment i forhold til markedssegment og kundegrupper når det er snakk om bygdeturisme med utgangspunkt i eldre bygningsanlegg: Helhet, ekthet og tradisjon er gjennomgående for hva de besøkende ser som kvaliteter. Selve livet i bygda eller på gården, rammen rundt stedet en besøker, er en del av attraksjonen. Videre at de besøkende søker noe ekte, de ønsker et innblikk i tradisjoner og det virkelig levde liv på stedet, og å føle seg som personlige gjester. Altså er nærkontakt med vertskapet viktig: Folk er ikke ute etter tomme kulisser (gjelder både bygninger og landskap), men vil ha opplevelser og kunnskap.

En spørreundersøkelse gjort blant besøkende på flere gårdsturisme- tilbud i Oppdals- området viser at folk er fornøyd med enkel standard men vil ha kvalitet i forhold til vedlikehold og tradisjonspreg. *"Velholdte bygninger er viktigere enn bad på rommet"*, er en konklusjon fra undersøkelsen. Det arkitektfaglige miljøet som har gjort undersøkelsen understreker viktigheten av å være klar over eksklusiviteten i denne type turisme hvor det ekte, personlige og tradisjonelle veier opp for enkel standard. De som oppsøker slike tilbud vil nettopp ikke ha hotellstandard, de vil ha "noe annet". Dette viser at begrepet kvalitet i forbindelse med turisme i kulturhistoriske anlegg må gis et annet innhold enn for hotell-turismen.

Et nærliggende moment å bringe inn i forhold til slike betraktninger er om verdiskaping basert på kulturminneverdier blir forbeholdt "de få innvidde" eller de som har riktig ballast, bakgrunn eller oppførsel. Dette kan stå i motsetning til det som ofte hevdes at ved å tilgjengeliggjøre kulturminner for befolkningen, slik en gjør i mange verdiskapingstiltak, så formidles kulturminnevern til nye befolkningsgrupper.

Verdiskaping i retning ekte og tradisjonsbundne gårds- eller bygdeturismetiltak setter krav til de som skal utvikle de gode tilbudene; som oftest er dette gårdbrukerne eller –eierne selv. Flere undersøkelser viser at bønder nødvendigvis ikke er bekvemme i rollen som turistvert. Drøftinger av autenticitet eller ekthet er en del av dette, en tydelig illustrasjon kan være frykten for "bonderomantiske kulisser" hvor mat-, kles- og husflidstradisjoner fra "gamle dager" fremstilles på en tilstrebet nasjonalromantisk og billedskjønn måte.

I heftet "Verdier under tak" utgitt av Statens landbruksbank og NLH-fagtjenesten er målet gjennom konkrete eksempler å synliggjøre gevinstene ved gjenbruk av gamle hus. Eksempelene går på omdisponering av både bolighus, driftsbygninger, lagerlokaler, seterhus til næringsvirksomhet eller formidling (museumsfunksjon). Ett eksempel tar for seg et verneverdig gårdsanlegg hvor bygninger er tilrettelagt for turisme med servering, salg og gårdsmuseum. Videre gis det råd om organisering av tiltak, eksempelvis at det er viktig med grundig planlegging, å sette konkrete delmål, samarbeide godt med rådgivere og forvaltningsorgan, trekke inn lokale krefter og få fram et samarbeid lokalt. Blant annet har gårdeier i ett av tiltakene som presenteres vært med å stifte et lokalt reiselivslag ut fra et behov for å samordne de ressurser som finnes i kommunen med hensyn til kulturtilbud, museer, overnatting og servering. Også i andre eksempler som presenteres er vektlegging av lokal forankring av tiltaket tydelig i betydning av at det en setter i gang med skal være noe som lokalsamfunnet eller bygda slutter opp om.

En rekke rapporter fra ulike prosjekter som har hatt ny/endret bruk av bygningsmiljøer som tema er utgitt av arkitektfaglige miljø ved SINTEF. Nye bruksområder er i hovedsak knyttet til turisme, men også noen andre eksempler som ombygging av eldre driftsbygning til husflidsproduksjon og fjøs omgjort til salglokale. Dette er ikke fredede eller verneverdige anlegg, men bygningene eller bygningsmiljøene er vurdert ut fra Riksantikvarens veiledningmateriale om verneverdier og kriterieoppsett (se Riksantikvaren 1987 og 2001). Tålegrenser for endring drøftes, både fysisk, antikvarisk, økonomisk, sosialt og med tanke på helhetlig opplevelsesverdi. I noen av eksemplene går vurderingene og anbefalingene også på organisering av satsingene, og anbefalinger i retning samspill mellom små reiselivsaktører, kontakt til lokalt reiselivslag eller DNT.

## 5.5 Kulturminner og kulturmiljø langs kysten

Kulturminner og turisme i verneverdig kystbebyggelse er studert i en hovedfagsoppgave i arkitektur ved NTNU (Iversen og Moen 1999: Kulturminner og turisme – studier av turistnæringens

innvirkning på verneverdig kystbebyggelse på Nordmøre). Blant annet med utgangspunkt i fiskeværet Håholmen på Nordmørskysten som i dag utbygd til et omfattende turistanlegg, drøftes forholdet mellom verneverdier og næringsvirksomhet. Fiskeværet ble drevet til rundt 1960, de siste fastboende flyttet fra Håholmen i 1976, og fra 1983 har det blitt arbeidet med satsinger innen kulturformidling og turisme. I dag drives Håholmen av sjøfareren Ragnar Torseth som turiststed, kurs- og konferansesenter med utgangspunkt både i gamle bygninger og en rekke nybygg. Ut fra bygningsvern hensyn konkluderer rapporten med at de nye bygningene har svekket miljøverdiene på stedet, blant annet gjennom en betydelig fortetting av bygningsmassen, og gjort det vanskelig å få en forståelse av hvordan arealene tidligere har vært utnyttet, det vil si at lesbarheten er svekket. Videre er nye hus oppført som "liksomkopier" av gamle rorbuer, noe som gjør bygningsmassen mer ensartet enn det tidligere varierte bygningsmiljøet og som også gir "et slags kulissepreg av staffasje og tilfeldig valgte stilhistoriske elementer", sies det. *"Håholmen er i dag så forfinet, så nymalt, oppstasa, blankpolert og lekker at man knapt kan forestille seg tanken på fiskeslo og grove fiskernever, tranproduksjon, sildesalting eller tilvirking av klippfisk. Håholmen har blitt altfor fint til å være troverdig"*. Ut fra hensynet til Håholmen som kulturmiljø rent bygningsvernmessig vurdert har turismen vært uheldig konkluderer forfatterne, men det betyr ikke at Håholmen i dag er uten kvaliteter: Her er et intimt bygningsmiljø, gode serveringssteder, flotte omgivelser, og en rekke opplevelsestilbud for de besøkende.

Turisme som næring i utkantsamfunn med få alternative næringer er videre et gode generelt, men i tilfelle Håholmen er faktisk eiers egen konklusjon at det å kombinere reiselivsvirksomhet i et verneverdig bygningsmiljø som dette med lønnsom drift innen turisme nærmest ikke er mulig. Dermed er Håholmen trolig *ikke* et eksempel til etterfølgelse men en interessant dokumentasjon på tålegrenser for verdiskaping basert på kulturminner/-miljøer. Om omfattende bygningsforfall ville vært det sannsynlige alternativ til dagens drift og hvordan et "ekte" men forfalt bygningsmiljø dermed ville vurderes som kulturminne er også et moment som må trekkes inn.

## 5.6 Fra industrimiljø til trendy kjøpesenter og spennende bydel

Et eksempel på verdiskaping som noe annet enn turisme og med et industrikulturmiljø som utgangspunkt er "omforming" av bygningsmassen tilhørende Trondheim mekaniske verksteder (TMV) til "Solsiden" med kjøpesenter, kafe- og restaurantvirksomhet. I dette bygningskomplekset, som består av en sambygging av nybygg og eldre bygg, er det i dag 30 butikker, 12 serveringssteder, kontorer og noen boliger. SINTEF Bygg og miljø har (i samarbeid med flere andre miljøer) studert denne funksjonsendringen og blant annet gjort vurderinger fra et kulturminnefaglig ståsted. Etter at verkstedsdrifta ble nedlagt i 1983 ble området regulert til spesialområde for bevaring i 1986. Området betegnes som et komplett, industrihistorisk miljø av stor interesse - særlig med lokal betydning. Noen av bygningene omtales som unike industrihistoriske kulturminner.

Reguleringsplanen legger opp til at bygningene skal få et nytt indre liv og brukes til publikumsrettet virksomhet. Faggruppen som har vurdert utbyggingssaken konkluderer med at her har utbygger forholdt seg til hovedtrekkene i reguleringsbestemmelsene. Utbygger omtales også som interessert i anleggets miljøkvaliteter knyttet til industrihistorien og det eksisterende bygningsmiljø. Likevel er en del foreslåtte løsninger i tråd med vern forkastet ut fra økonomiske vurderinger. Med hensyn til behandling av utearealene er det industrielle preget i stor grad ivaretatt, selv om noen tiltak har "pyntet" på historien ved å forskjønne deler av miljøet fra et autentisk men "stygt" preg til noe som er mer publikumsvennlig. Med hensyn til forholdet mellom gamle og nye bygninger er den nye bebyggelsen for dominerende i forhold til det eksisterende miljø. Eksteriørmessig er mye av det gamle på de eksisterende bygningene bevart, men interiøret er i svært liten grad intakt, noe som klart reduserer TMV-hallenes verdi som kulturminne vesentlig.

Prosjektgruppen gir følgende avsluttende kommentar: *"Det har aldri vært noe alternativ å frede TMV eller etablere et museum på industriområdet. Det har hele tiden ligget i kortene at bygningene og området skulle omdisponeres og ny bruk skulle innpasses. Dette er nødvendig å ha i betraktning når man drøfter det oppnådde mot det ideelle i forhold til vern. Bygningene er i bruk og representerer fortsatt en ressurs. Dette er en overordnet målsetting også for kulturminnevernet, og kompromisser er alltid nødvendig i slike prosjekter. Prosjektgruppen har vist vilje til å integre-*

rere vern i planlegging og utnyttelse av anlegget, men resultatet viser at denne intensjonen bare har tyngde så lenge dette ikke hindrer eller begrenser maksimal utnyttelse". TMV-området kan slik være et godt eksempel på hva som realistisk sett er mulig å få i en avveining mellom bruk og vern med utgangspunkt i et kulturmiljø i et byområde hvor tomteverdien er høy og utbyggingsinteressene svært tydelige.

## 5.7 Verdiskaping med utgangspunkt i "nasjonalhistorie" og symboleffekt

Stiklestad Nasjonale Kultursenter er et eksempel på næringsutvikling basert på en sentral historisk milepæl i vår historie; slaget på Stiklestad og kristningen av Norge. Kultursenteret er utviklet fra en idé som har sitt opphav i såkalte temaparker innenfor reiselivsutvikling, med Disneyland som opphav. Forretningsideen går ut på å gjenskape og konkretisere kulturminner som grunnlag for publikumsopplevelser. Olavskulten, mytene og historien om slaget på Stiklestad danner grunnlaget for senteret. Senteret favner om kulturmiljøet på stedet, med historisk utstilling, kirke og kapell, et friluftsmuseum og et teaterverksted.

Stiklestad Nasjonale Kultursenter er et aksjeselskap som eies av Verdal kommune og Nord-Trøndelag fylkeskommune. Stiklestadleidangen, som består av Telenor, Sparebank1 Midt-Norge, Gilde, Aker Maritime og Hydro, sponser kultursenteret. Kulturarv- turismen på Stiklestad er rettet mot å tilfredsstille menneskers behov i dag, og på tross av sponsorer og instrumentell bruk av kultur, gjør den dette med faglig tyngde og på en måte som er opplevelsesmessig sofistikert. Kultursenteret kan således sies å ha element av en kulturøkonomisk tenking i seg (jfr. tidligere omtale av kulturøkonomi i kap 3.4). Likevel har kulturøkonomiske strategier langt videre muligheter gjennom å være et alternativ til forretningsdrift basert på inngjerdede objekter eller attraksjoner som er avgrenset i tid og rom.

## 5.8 Kulturminner og kulturmiljø som merkevarebygger

Merkevaren *Bølakjøtt* i Nord-Trøndelag er et eksempel på et kulturøkonomisk fenomen som baserer seg på kulturminner, men som har fridd seg fra "inngjerdningstanken". Reinkjøttprodusenter i regionen har samlet seg i et nettverk under navnet Bølakjøtt, og selger nisjepreget, foredlet reinkjøtt for en høy pris til et tilsynelatende umettelig marked. Nettverket har valgt Bølareinen, den store helleristningen av en rein i området, som varemerke. Det spesifikke kulturminnet Bølareinen blir dermed "løftet opp" fra fjellgrunnen og forvandlet til et mytopoetisk ikon - et symbolinnhold som kan kapsles inn i reinkjøttet og som også flyter tilbake til regionen gjennom å bidra til fortellingen om denne.

Varene fra Bølakjøtt eller fra andre kulturøkonomiske entreprenører vil kunne finne et marked både hos lokalfolk og hos turister, fordi det lokale særpreget er viktig for begge disse gruppene. Dette skillet mellom turister og fastboende ligger til grunn for hvordan vi vanligvis tenker reiseliv, der de to gruppene rører seg i separate rom og er i marginal kontakt med hverandre. Turismeforskere har påpekt at det skarpe skillet er lite heldig. Turismen bør ikke sees som en isolert arena i samfunnet, ettersom "turistiske" og lokale aktiviteter finner sted om hverandre og er integrert i hverandre. Å konsumere opplevelser er viktig for oss alle – ikke bare når vi er i turistrolen, men også når vi er på hjemstedet. Markedet for drømmer, opplevelser og identitet er med andre ord et marked der "kundene" er både tilreisende og fastboende.

## 5.9 Kan kunnskap og formidling føre til vern? Et tenkt eksempel

Eksempelet som presenteres nedenfor er nærmere beskrevet i vedlegg 5.

Vevlen gård utenfor Halden er et anlegg antakelig fra 1500-tallet eller tidligere. Det som interesserer spesielt på Vevlen gård i dag er hovedbygningen fra 1808. Den ble bygget av eidsvollsmannen Carl Adolph Dahl. Bygningen er bygget som lystgård og sommerbolig. Det er et tegl-

bygg i to etasjer omgitt av en romantisk hage som i dag er gjengrodd. Hovedbygningen er i dag ikke aktivisert som verdi; verken som kunnskapsverdi, opplevelsesverdi og heller ikke som bruksverdi. Den står som et symbol på det motsatte av verdiskaping, nemlig verdier i sterkt forfall. Vevlen gård representerer ikke en typisk norsk bygdekultur. Det kan ikke anvendes tradisjonell bygdeutviklingstenkning der tilknytning til lokale tradisjoner, stimulering av lokal identitet og illustrering av lokale livsformer er det sentrale.

Vevlen gård representerer imidlertid en spesiell historisk periode som kan fortelle mye om Norge som selvstendig nasjon. Den ligger i en landsdel og i en kommune som har vært og er en av de viktige innfallsportene til Norge for skandinavisk og europeisk kultur, og i dag ikke minst for bilturister fra Europa. Vevlen gård er ikke fredet, men er klart verneverdig. Den er i privat eie. Hovedbygningen er en fremtredende representant for noe av det beste innen den dansk-norske felleskulturen før det bruddet som fant sted i 1814. Hagen var anlagt som en romantisk landskapspark med grotter og saluttatteri. Gården representerer utvilsomt et opplevelsespotensiale som kan utløses i en verdiskapings-prosess.

Det kan utvikles noen scenarier for en tenkt utvikling med basis i Vevlen gård. Hvor skal Vevlen gård være i jubileumsårene 2005 eller 2014? Alternativer må utvikles for å skarpstille de felles forestillinger om hva som vil skje. Her er tre tenkte scenarier for 2014:

#### *A-2014 Vevlen gård er revet og glemt*

Søkt om rivning i 2004. Rivningstillatelse innvilget. Fylkeskonservator ser antakelig ingen muligheter for å redde dette. De må prioritere andre formål. Forfallet går jevnt og trutt. Kunnskap glemmes og går tapt. Dette er det mest sannsynlige alternativ i dag. Det som skjer dersom ingen gjør noe aktivt i forhold til hovedbygningen på Vevlen gård.

#### *B 2014 Vevlen gård er revet men ikke glemt*

I 2003 igangsettes en grundig dokumentasjon. Vevlen gård blir gjennomgått og satt inn i en kulturhistorisk sammenheng. Arbeidet er finansiert gjennom flere kilder både lokale, regionale og nasjonale, både private og offentlige. Arbeidet går over to år og resulterer i et vakkert bokverk og en dokumentasjon på internett som er tilgjengelig for reiselivsnæringen, skolene i fylket og andre. Hageanlegget dokumenteres av Norges landbrukshøgskole (NLH). Eiers private samling av bilder og brev som er relevante inngår i dokumentasjonen. Etter at dette er avsluttet, blir det søkt om rivningstillatelse som innvilges. Dette er et realistisk alternativ. Det må mobiliseres ressurser, men ikke i så stort omfang som i alternativ c.

#### *C 2014 Vevlen gård er istandsatt og organisert som en kulturstiftelse*

Kanskje noen har begynt med tilrettelegging for kulturisme i samarbeid med kommunen og regionale utviklingsmyndigheter? Dette kan bare skje dersom det lykkes å mobilisere bredt både kompetanse og økonomi i et langsiktig perspektiv for eksempel med 2014 som en milepel. Vi kan forestille oss at det er utviklet et blomstrende samarbeid med lokale og nasjonale teatervirksomheter om oppsetninger i den historiske bygningen og i den restaurerte hagen. Bygningen brukes til utstillinger og til selskapslokaler. Kulturskolen og "Den kulturelle skolesekken" har sine tilstelninger der og lokalene brukes som utstillingslokale. Det er lagt til rette for aktiviteter for barn og ungdom. Vevlen gård inngår som ett av flere kulturminner i en mye brukt kulturløype i området - tilrettelagt både for sykkel og bil. Den er attraktiv både for lokalbefolkningen, for byene omkring og for turister. Gjennom den gode dokumentasjonen av den kulturhistoriske sammenheng er den mye brukt av skoler som skal formidle Norges historie. Erfaringen tilsier at dette vil være et svært ressurskrevende scenario.

## 6 Samarbeid og partnerskap

I den foregående delen med omtale av "gode eksempler" er samarbeid, organisering og nettverk i forhold til verdiskaping og kulturminner berørt, men i det følgende vil dette belyses nærmere. Denne delen er basert på vedlegg 2, dels vedlegg 1 og 5.

### 6.1 Bygdeturisme – samarbeid eller konkurranse bygdene imellom

Erfaringer rundt samarbeid kan blant annet hentes fra en del satsinger som er gjort på verdiskaping i form av bygdeturisme. Bygdeturisme eller småskala reiselivs-/turismevirksomhet i bygder har siden midten av 1980-tallet vært et offentlig satsingsområde, og en rekke prosjekter og tiltak av ulike art har vært gjennomført.

Erfaringer fra flere tiltak viser en tendens til at hver bygd har som utgangspunkt at den er spesiell, særpreget og unik, like særpreget og unik som nabobygdene som skiller med omtrent de samme kvalitetene.

Dessuten har det også ofte vært en overdreven tro på hvor "enkelt" det er å komme inn på markedet, mens erfaringene har vist at små bygdeturismeaktører ofte ikke når frem i forhold til markedsføringsopplegg for det mer etablerte reiselivet. Nettverksbygging og lokal organisering har blitt fremhevet som viktig, der hver virksomhet ser sitt bidrag inn i en større helhet (i kommunen, regionen, dalføret). Nettverksdanning og organisering gir fordeler økonomisk (samarbeide om markedsføring osv.), pluss at tilbudet fremstår som mer "pakket" og synlig. Samarbeid gjør det også lettere å få til temasatsinger og å tilby pakker til hoteller. Videre fremholdes det at samarbeid skaper et faglig miljø, og at samarbeid kan forhindre eventuell konkurranse og konflikter.

Erfaringer med samarbeid og organisering er blant annet fremkommet gjennom "Nasjonalt prøveprosjekt i reiseliv og bygdeturisme", gjennomført i perioden 1993 til 1996 i regi av Røros reiselivslag, og med nedslagsfelt i fire bygder i fire kommuner i regionen. Målet med prosjektet var, med Rørosregionen som eksempel, å sikre utvikling av en bygdeturisme til beste for bygdene, få til en etablering, produktutvikling og markedsføring av bygdeturismeprodukter som gir lønnsom drift og varige arbeidsplasser, og knytte bygdeturismen sammen med det eksisterende reiseliv. Prosjektet ble evaluert og en rapport fra evalueringen ble utgitt i 1997.

En viktig lærdom fra prøveprosjektet er knyttet til samarbeid og samhandling, både mellom reiselivslaget og de fire bygdene, mellom bygdene, og mellom det øvrige reiseliv og bygdeturismetiltakene (prosjektet har hatt en krevende organisasjonsstruktur med prosjektledelse og –koordinering ved Reiselivslaget, og med en prosjektleder i deltidstilling i hver av bygdene). Evalueringen viser at det å opparbeide en felles plattform hvor de involverte aktører diskuterer mål, hvor strategier gis tilslutning, ansvarsfordeling og forventninger klargjøres, er avgjørende for at koordinerte satsinger skal lykkes. Dette er blant annet nødvendig for at endringer i kurs eller strammere målstyring som ofte må gjøres underveis i et prosjekt skal aksepteres av alle parter.

Videre peker evaluatoren på utfordringer som ligger i småskala aktivitet som sådan, blant annet i forhold til enkeltaktørers behov, betalingsvillighet og –evne, og den mer profesjonelle reiselivsaktørers behov og krav til infrastruktur, kvalitetssikring, informasjon og profilering som nødvendige deler i et godt helhetsprodukt. Rent konkret ga dette seg utslag i misnøye med ressursfordelingen i prosjektet hvor en god del midler ble lagt til reiselivslaget sentralt, og en mindre del til de enkelte bygder hvor de konkrete tiltakene skulle utvikles og gjennomføres. Enkeltaktørene så ikke samme behov for infrastruktur på regionalt hold, og så heller ikke at ressursbruk der ville tjene egne behov. Rapporten konkluderer slik: *"Finansieringen av fellesgodeelementene vil være et kronisk problem både på grunn av tendensen næringsutøverne har til å opptre som gratispassasjerer, og fordi interessespraket vil gjøre prioritering vanskelig. Nøkkel til løsning av disse problemene vil ligge i at fellesgodene sikres finansiering som er stabil og relativt uavhengig av bedriftene, og at viktige prioriteringer også løftes fra bedriftsnivået – og bygdenivået – og gjøres ut fra faglig autoritet og markedskompetente vurderinger"*.

Et annet poeng er at temasatsinger som går utover hver enkelt bygd (eksempelvis bergverkhistorie for Rørosområdet) krever at en regional aktør ivaretar og styrer en slik satsing. Videre ble det i prøveprosjektet gjort ulike erfaringer på å koble bygdeturismen til det øvrige reiseliv. Noen opplevde dette som tungt og lite fruktbart (hotellene har overnattingsdøgnene som gir mest penger, bygdeturismetiltakene blir dagsutfluktsmål for hotellgjestene som legger lite penger igjen). Uansett er en nøkkel til suksess å ha godt utviklede produkter, tid til å arbeide med selve koblingene og ha realistiske forventninger.

## 6.2 God organisasjonsberedskap og ildsjeler er viktig

Bygder som har en etablert organisering fra før kommer lengre i utviklingen av konkrete tiltak enn bygder med dårlig organisering. Dette ble svært tydelig demonstrert i prøveprosjektet ovenfor hvor bygdene var på ulike "utviklingsnivå". For den dårligst organiserte bygda ble satsingen på bygdeturisme, som nasjonalt prøveprosjekt var ment som, mer en hjelp til generell bygdeutvikling, dvs. resultatet ble utvikling av en bygdeorganisasjon. Den lokale prosjektleders oppsummering etter over tre år med prøveprosjekt var "det er først nå vi er kommet i gang". Andre bygder med en organisasjon på plass brukte ressursene fra prøveprosjektet til spissing av tema produkter, utvidelse eller "pakking" av eksisterende tilbud.

Felles for en rekke studier eller evalueringer hvor en har satt fokus på tiltaksarbeid, turisme og bygdeutvikling er å vektlegge betydningen av ildsjeler og dugnadsånd. Dette er sikkert en reell men kanskje sårbar strategi? Hva med det offentliges rolle? Hva med partnerskap som i seg selv blir "ildfulle"? Kan ildsjel-funksjonen profesjonaliseres – eller dør da initiativet? Det ligger en utfordring i å ta vare på og synliggjøre ildsjel-innsats som er viktig og riktig, men samtidig unngå å skape en oppfatning av at viktige samfunnsoppgaver kan løses ved ildsjelers gratis innsats og dermed dra fokuset vekk fra det større samfunnsansvar som både vern, bruk og utvikling av kulturminner og –miljøer er. Et annet suksesskriterium som fremheves er "de små skritt" i betydning en gradvis utvikling og oppbygging av tiltaket uten for store investeringshopp. Dette kan stå i motsetning til behovet for stor både arbeids- og kapitalinnsats på gitte strategiske tidspunkt i et tiltaks historie.

## 6.3 Gode "partnerskap" – støtte + egeninnsats

En vanlig form for "partnerskap" når det gjelder tiltak innen bygdeturisme eller bygdeutvikling generelt er at staten/det offentlige går inn med penger til enkeltaktører eller organisasjoner og slik delfinansierer et tiltak, mens egeninnsatsen til tiltakshaver er ofte arbeidstimer. Eksempel på en slik allianse er virkemidler innen landbruket som blant annet går til verdiskaping innen turisme med utgangspunkt i kulturmiljøer eller kulturlandskap. De såkalte STILK-midlene, "Tilskudd til spesielle tiltak i landbrukets kulturlandskap med freda og verneverdige bygninger", er ment å skulle motivere til ekstra innsats for å utnytte og vedlikeholde kulturminner og –miljøer, landskap og bygninger tilknyttet landbrukseiendommer som ikke kan påregnes ivaretatt gjennom "vanlig" landbruksdrift.

Generelt regnes ordningen som vellykket, den har bidratt til økt kunnskap om og interesse for kulturminner i landbrukssegmentet og har også en positiv effekt for publikum forøvrig. En relativt stor andel av midlene går til bygninger. Her er det et krav til at bygningene inngår i en eller annen form for næringsvirksomhet – ofte turismerelatert. Videre er det et krav for å få midler at gården skal være berettiget produksjonstilskudd, med andre ord at gården er i drift.

Det har vært påpekt at STILK-ordningen dermed kan definere ut mange av de mest verdifulle områdene eller objektene fordi disse nettopp er knyttet til marginale eller ekstensive arealer som allerede har gått ut av bruk. Dette er klart dokumentert fra botanisk hold hvor en rekke truede arter som er avhengig av aktiv drift og skjøtsel for å overleve, befinner seg på de mest ekstensive arealene (eksempelvis hamnehager, stølsområder, øyer). For tema verdiskaping og kulturminner er STILK-midlene et eksempel på at landbruksmyndigheter og næringsutøvere i samarbeid legger til rette for økonomisk verdiskaping hvor kulturminner, -miljøer og –landskap skal

vedlikeholdes, men med de skjevheter som kan ligge i dette systemet i forhold til typer kulturminner eller arealer som er aktuelle for støtte.

## 6.4 Lærdom fra utlandet

Med hensyn til samarbeid og allianser knyttet til verdiskaping og kulturminner/-miljø kan det være relevante erfaringer å hente fra utlandet. Ett eksempel er ulike skjøtselstiltak gjennomført i nasjonalparker og landskapsvernområder i alpelandene Italia, Østerrike og Slovenia. I Italia får lokale gårdbrukere betalt fra det offentlige for å drive skjøtsel i områder som er vernet, og slik kan de forsvare å opprettholde landbruksdrifta samtidig som nasjonalparken eller landskapsvernområdet bevarer sitt særpreg. Andre gårdbrukere får betalt for å sende dyra på beite til nedlagte slåttemark og stølsområder. I Østerrike er det en ekstraintekt for gårdbrukeren å få betalt for å slå og fjerne graset fra gamle slåttenger for slik å opprettholde den kulturbetingede floraen. I Slovenia er rovdryfaren så stor at sau må beite på inngjerdet areal. Bønder får betalt for å la dyra beite på nedlagte stølsvoller, som inngår i fritt utmarksbeite, og betalingen muliggjør å leie en gjeter for å se etter buskapen. Dermed drives husdyrholdet på en god måte samtidig som områder som ellers vil gro igjen holdes åpne.

## 6.5 Lokalt engasjement kan redde verdier

Flere framhever at skal verdiskapingstiltak med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer lykkes må de ha lokal forankring, oppslutning og legitimitet i lokalmiljøet. Det finnes flere eksempler på at lokale initiativ kan ha stor effekt. Bebyggelsen ved Sjøgata i Mosjøen var nær ved å rives til fordel for moderne bygg på 1970-tallet. Private initiativ med satsing på verdiskaping har snudd oppfatningen av hva som burde bevares og har også gitt ringvirkninger på de omkringliggende gatene. Sverre Pedersens plan er blitt akseptert lokalt.

Aktive lokale foreninger kan også dra i gang viktige prosesser i samarbeid med offentlige aktører, eksempelvis knyttet til Middelalderbyen i Oslo. Middelalderbyen i Oslo har vært viktig for kulturminnemyndighetene i en rekke perioder. Ved initiativ fra disse i samarbeid med lokalbefolkningen i bydelen, blant annet Gamlebyen beboerforening, ble det på 1990-tallet mulig å påvirke veimyndigheter, Jernbanen og Oslo kommune til radikale grep for å etablere en stor middelalderpark i tillegg til Minneparken fra 1932. Sentralt for å oppnå dette var også samarbeidet mellom stat og kommune i Miljøbyen Gamle Oslo.

Ved flytting av gjennomgangstrafikken utenom området, etableringen av et vannspeil som en markering av middelalderens strandlinje og opparbeidelse av en stor park med istandsettelse og arrondering av ruiner er området blitt attraktivt, og bevisstheten om de historiske verdiene ha økt kraftig. Området har etablert seg som et sted for opplevelser og kunnskapsformidling, og boligområdet har fått sterkt forhøyet status. Et eksempel på det er at i de fleste boligannonser for boliger i området er nærhet til Middelalderparken nevnt som et salgsargument. Også nye boligprosjekter bruker nærheten til middelalderbyen og historiske hendelser som salgs- og profileringsargument.

Et annet eksempel på allianser mellom offentlige forvaltningsinstanser og lokale aktører er Lokal Agenda 21 arbeid i Vestfold. Vestfold fylkeskommune har sammen med kommunene i Vestfold og en rekke lokale aktører gått sammen om et LA 21-prosjekt som vektlegger lokal definisjonsmakt og lokal deltakelse, og som bidrar til å skape fortellinger om det lokale. Med hjelp fra 150 frivillige, blant annet fra 4H, skoler og orienteringslag, er hundrevis av kulturminner registrert, fotografert og kartfestet. Målet er å samle kunnskap om kulturminner i utmark, og bidra til at kulturminnene blir brukt og at folk blir glad i dem. Det er lagt en vid kulturminnedefinisjon til grunn for arbeidet, en definisjon som vektlegger meningsdimensjonen. Prosjektet er et eksempel på en lokal bevisstgjøringsprosess omkring hva som finnes av ressurser og verdier på stedet. I kulturøkonomiske strategier er dette en viktig del av arbeidet.

## 7 Kulturminnefondet som virkemiddel for verdiskaping

### 7.1 Innledning

Norsk kulturminnefond ble opprettet ved Stortingets vedtak 21. juni 2002. Fondet har foreløpig en kapital på 200 mill kr, og driften skal dekkes av avkastningen. Det er et mål at kulturminnefondet skal føre til mer fleksible og effektive samarbeidsformer mellom offentlig og privat sektor, og det er en hovedtanke at prosjekter som støttes av fondet også skal trekke til seg midler fra bl.a. næringslivet og andre private aktører. Prosjekter knyttet til verdiskaping vil således være særlig relevante for kulturminnefondet.

Foreliggende utredningsprosjekt har ikke spesielt innhentet kunnskap om næringslivets ulike motivasjoner for å gå inn i et samarbeid med fondet. Det er sannsynlig at fondet, spesielt i en innledende fase, må drive en viss veiledning og informasjon til søkere og sponsorer. Det vil også være behov for klare, retningsgivende og fleksible kriterier for bedømmelse av prosjekter og søknader. Det bør antakelig utarbeiders et skriftlig materiale til bruk i informasjon utad for å forebygge mye arbeid med søknader som av ulike grunner faller på siden av formålet.

### 7.2 Veiledning og informasjon

Fondet skal ha en liten administrasjon og vil ikke kunne romme de veiledningsfunksjonene det vil være behov for å stille til rådighet for søkere og sponsorer. Dette kan løses ved å organisere et ressursnettverk med kompetanse på de mest sentrale områdene som vil bli etterspurt. Dette vil dreie seg om bl.a kompetanse og erfaring knyttet til lokalt og regionalt utviklingsarbeid, kulturminner, næringsetablering, marked og formidling.

Gjennom et eget nettsted for Fondet kan informasjonen nå ut til interesserte og erfaringer etter hvert lagres og videreformidles. Målgruppen bør være både de som kan være initiativtakere til prosjekter og de som kan være sponsorer eller bidragsytere av ulike slag.

### 7.3 Kriterier for behandling av søknader

På bakgrunn av synspunkter som har kommet fram fra ulikt hold gjennom arbeidet med delprosjektene foreslås det at følgende forhold blir viktige når styret i fondet skal vurdere og prioritere søknader:

#### 1) *Er prosjektet verdig en kulturminnesatsning?*

Det offentlige kulturminneforvaltningen arbeider med bestemte kriterier for fredning og vern. Et kulturminnefond må kunne forholde seg friere til den offentlig praksis og legge inn noen enkle veiledende kriterier som tas som utgangspunkt for rådets skjønnsmessige vurdering.

Eks. på kriterier:

- Alder
- Kvalitet/ekthet representativitet
- Del av kulturmiljø?
- Nasjonal, regional og/eller lokal betydning
- Kulturminnenes og kulturmiljøenes historie
- Attraksjonsverdi/Symbolverdi for sponsorer
- Kunnskaps- og opplevelsespotensiale.

Kulturminnefondet bør få tilgang til det stoff som er produsert om verneideologier og ulike typer svar på spørsmålet : "Hvorfor ta vare på ?" og selv utvikle en plattform for vurderinger av kulturminneverdien av prosjektene. Det er viktig med en debatt hvor en også er konstruktivt kritisk til kriteriebruk slik den har vært praktisert tidligere, blant annet for å unngå en overfokusering på noen kriterier uten at dette er godt begrunnet.



## 2) *Er det lokal og regional forankring?*

Lokal forankring er et sentralt poeng. Det må kunne dokumenteres lokalt engasjement, likeså at prosjektet viser evne og vilje til å fokusere på de spesielle lokale fortrinn. Den kulturøkonomiske tilnæringsmåten illustrerer godt betydningen av dette (se vedlegg 1).

Erfaringene viser at det er startet mange prosjekter der mangel på regionalt perspektiv og grep mangler. For å få til tunge gode satsinger er det mye som taler for at det regionale nivået fokuseres. Det må derfor vektlegges at søknader dokumenterer at regionale aktører vil bli trukket inn på en forpliktende måte.

## 3) *Er de nødvendige og ønskelige aktører involvert?*

Vellykkede satsinger betinger som regel samarbeid mellom ulike aktører, offentlige og private. Det må vektlegges at et prosjekt er lagt opp slik at man får til et godt samspill mellom for eksempel næringsliv, rettighetshavere, organisasjoner, FoU- institusjoner og det offentlige. All nødvendig type kompetanse må være inkludert. Det bør kunne dokumenteres at involverte aktører har en felles plattform og omforente mål og strategier for satsing

Eks. på aktører:

- Lokalt og regionalt næringsliv
- Kommuner og fylker
- Interesserte sponsorer
- Kundegrupper av ulike slag
- Lokale historielag /frivillige organisasjoner/museer
- Barne og ungdomsinstitusjoner, skoler
- Regionale høgskoler og forskningsmiljøer

## 4) *Er det utviklet et gjennomarbeidet driftskonsept?*

- Er de materielle og immaterielle verdiene i prosjektet godt beskrevet og vurdert?
- Er investeringsressursene godt nok vurdert og beskrevet?
- Hva koster selve etableringen?
- Hva trengs av kunnskap og kompetanse for å få dette til? Er den tilgjengelig?
- Hva trengs av frivillig arbeid og annen bred innsats for å få det til?
- Hvilke driftskostnader regner en med i etableringsfasen og over i en normal drift?
- Er det lagt inn kostnader til løpende vedlikehold?

## 5) *Forventet økonomisk avkastning-hva kreves?*

Fondet bør kunne håndtere verdiskapingsprosjekter som har har rene kommersielle siktemål og slike som har som har andre overordnede mål (for eksempel kunnskaps- og opplevelsesformidling), men som i tillegg skal bære seg økonomisk. En søknad må kunne sansynliggjøre økonomisk avkastning på en tilfredsstillende måte, fortrinnsvis både knyttet til selve objektet og gjennom ringvirkninger knyttet til salg av andre varer og tjenester.

-Hvordan håndtere "non profit" prosjekter?

-Hvordan håndtere kommersielle prosjekter?

## 6) *Verdiskaping vs skader, tap av kulturminner.*

Det er viktig at økonomisk verdiskaping og besøk ikke overskrider kulturminnenes tålegrense for slitasje og skader. I prosjekter der dette anses som en sentral problemstilling må det stilles krav til at tilstandsanalyse foreligger, likeså opplegg for forebygging og/eller for å følge utviklingen.

-Er det laget et opplegg og kalkulert inn kostnader for å måle og vurdere belastninger over tid?

-Hvordan er det tatt hensyn til slitasje og belastninger ved bruk?

## 7) *Stedlig grunnlag- testet gjennom markedsundersøkelser?*

I tilfeller der verdiskaping er basert på formidling og store besøkstall er det avgjørende at forutsetningene når det gjelder kommunikasjon, befolkningsgrunnlag, kundegrunnlag og gjennomstrømming er grundig planlagt.

## 8) *Flaggskip eller småprosjekter?*

Det må være viktig å få til en balansert struktur for den samlede prosjektporteføljen. Støtte til småprosjekter er nødvendig for å komme raskt i gang og ha resultater å vise til. På sikt er det viktig at midlene ikke bare smøres tynt utover. I tillegg til småprosjektene trengs det noen større

prosjekter av nasjonal betydning, som flaggskip- eller modellprosjekter. Her bør det satses på tett samarbeid med fylkene, og den rollen fylkeskommunen har som regional utviklingsaktør må være viktig.

Kriteriegrunnlaget for kulturminnefondet bør være gjennomarbeidet , samtidig åpent og gjenstand for løpende evaluering/revidering.

## 8 Veien videre- noen anbefalinger

Dette utredningsarbeidet viser at det er behov for konkret oppfølging på flere felter knyttet til kulturminner/kulturmiljøer som utgangspunkt for verdiskaping. Dersom det å legge til rette for verdiskaping skal bli en aktiv del av kulturminnepolitikken framover er det bl.a. nødvendig å bygge opp en mye bedre og systematisk kunnskapsbase enn vi har i dag. Det dreier seg om for eksempel sammenstillinger, evalueringer og analyser av erfaringsmateriale. Det kreves dessuten en betydelig innsats mht anvendt forsknings- og utviklingsarbeid, i tillegg til grunnleggende forskning. For øvrig anbefales at Miljøverndepartementet utreder nærmere å starte et eget verdiskapingsprogram med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer, med vekt på større regionale prosjekter. Det kan ikke understrekes sterkt nok at suksess er svært beroende på om man lykkes i å etablere prosjekter der offentlig og privat sektor arbeider målbevisst og forpliktende sammen.

I disse dager legges det fram en utredning foretatt i regi av Norges forskningsråd som omhandler behovet for forskningsbasert kunnskap på kulturminnefeltet. Dette er en oppfølging av NOU2002: 1 "Fortid former framtid - utfordringer i en ny kulturminnepolitikk". Utredningen legger bl.a. stor vekt på forskningsbehovet knyttet til verdiskaping. Nedenfor kommenteres de kunnskapsbehov som vi har identifisert gjennom arbeidet med foreliggende prosjekt.

### 8.1 Vern og bærekraftig bruk -holdninger og kunnskapsbasis må skapes

Det er ikke nytt i samfunnet å tenke på kulturminner som en ressurs eller som noe verdifullt, men det er ikke en innarbeidet holdning som avspeiler seg i praksis i kulturminneforvaltningen. Kort sagt er det et stykke igjen til at det ses på som en naturlig oppgave for det offentlige å legge til rette for å utløse det potensialet for verdiskaping som finnes.

Det er likevel en klart økende interesse for verdiskaping med grunnlag i kulturminner og kulturmiljøer, både i offentlig og privat sektor. Dette har mye sammenheng med økt fokus på ny næringsutvikling i distrikts-Norge, på betydningen av å ta utgangspunkt i lokale fortrinn og ressurser, på myter og historier som kilde til opplevelse og ikke minst at det går an å kombinere vern og bærekraftig bruk, både når det gjelder natur og kultur. Alt dette var momenter som kom klart fram bl.a. på det seminaret som prosjektet arrangerte den 21.1.03. Her kom det også til uttrykk at de klassiske og ofte skarpe konflikter mellom vern- og bruk-interesser er på vikende front innen kulturminnevernet, på samme måte som innen naturvernet.

### 8.2 Kunnskapsoversikt om temaet verdiskaping på kulturminnefeltet

Det finnes i dag så vidt vites ingen systematisk gjennomgang av forskning som er gjort på dette tema. Det er et stort behov for dette, både for de som skal drive forskning på området, for de som skal i gang med prosjekter eller skal evaluere forsøk, og ikke minst for forvaltningen på ulike nivå som ønsker å legge til rette for verdiskaping.

En slik oversikt bør særlig fokusere på verdisetting og evalueringsmetodikk og problemstillinger knyttet til kulturminnenes tålegrenser, systemer for overvåking og belastningsvurderinger samt forskningsbaserte evalueringsrapporter fra forsøk og utviklingsarbeid. Det dreier seg på mange måter om en videreføring av det arbeid som er gjort i dette prosjektet og som er presentert i kap. 5 og 6.

Slike kunnskapsoversikter bør ligge i bunn også for Kulturminnefondets arbeid og de bør være tilgjengelige for alle interesserte søkere og sponsorer.

### 8.3 Evalueringer og analyser

Det er også behov for å foreta nye evalueringer og analyser av praksiserfaringer som grunnlag for videre og styrket innsats når det gjelder verdiskaping og kulturminner. Vi anbefaler bl.a. at det foretas en evaluering av eksisterende støtteordninger. Et eksempel på en slik nyttig evaluering og analyse av ringvirkninger er evaluering av støtteordningen STILK. Svært meget av STILK- midler går til skjøtsel av kulturlandskap og bygninger. Hva betyr dette for den norske bonden og for samfunnet? Hva betyr det for næringsutvikling og turisme? Sammenhengen mellom ulike typer virkemidler som har betydning for verdiskaping basert på kulturminner og kulturmiljø er viktig å få klarlagt. Slike virkemidler finnes innen flere sektorer, etater og organisasjoner. En sammenstilling på dette feltet vil både klargjøre eksisterende muligheter og ikke minst kunne avdekke om ulike ordninger motvirker hverandre.

Videre anbefales at man tar utgangspunkt i noen suksess- eksempler med sikte på å anskueliggjøre/analysere de indirekte økonomiske verdiene i forbindelse med at man har brukt kulturarven i en verdiskapingsprosess. Fokus bør altså være på ringvirkningene der det ennå er mye synsing og lite konkret å holde seg til. Det bør her kunne være mulig å utvikle kvantitative indikatorer, om en ikke er i stand til å kvantifisere det økonomiske bidraget fra kulturminnevernet. Det kan være hensiktsmessig å velge eksempler som er ulike i flere henseende, for eksempel kulturmiljø og byutvikling og kulturarven og reiselivet .

### 8.4 Satsing i regionale modellområder - forslag om etablering av et eget verdiskapingsprogram

Utredningsarbeidet har vist at satsingen på verdiskaping med utgangspunkt i kulturminner/kulturmiljøer er spredt og lite sammenhengende. Lokale aktører dominerer bildet, ofte med en betydelig innsats fra frivillige organisasjoner. Kulturminnefeltet er også forskningsmessig fragmentert. Mange etterlyser en mer samlet satsing der ulike aktører med komplementær kompetanse arbeider sammen mot felles mål, og der ansvarlige myndigheter er med på en forpliktende måte. "Et overordnede grep" er sannsynligvis avgjørende viktig for å lykkes med en sterkere satsing på verdiskaping med utgangspunkt i kulturarven, og mye taler for at grepet bør tas regionalt. Nedenfor følger to tilnærminger til en regional satsning:

#### 1) Etablering av to-tre regionale utviklingsprosjekter

Det bør vurderes å etablere to- tre regionale utviklingsprosjekter; integrerte prosjekter som inkluderer sentrale, regionale og lokale aktører og med rettighetshavere, næringsliv, organisasjoner, museer, myndigheter og FoU- miljøer. Prosjektene vil tjene som modeller for utvikling. Det stilles store krav til samordning og koordinering og en tydelig samarbeidsstruktur. Vi snakker om lange og krevende prosesser der lokal kunnskap må kobles med kompetanse på en rekke spesialfelter, og der sentrale og regionale ressurser må ses i sammenheng. Regionale myndigheter må ha et forpliktende eierskap til prosjektene, og følgeforskning bør inngå som del av prosjektene for å få frem erfaringer som kan operasjonaliseres med tanke på nye satsinger.

I valg av områder bør det legges vekt på regionalt og lokalt engasjement og kobling med igangværende virksomhet. Ringvirkninger for regionen må være et av målene. Konkret kan det være en idé å gjennomføre ett prosjekt knyttet til kystkultur, med basis i de planer som det allerede arbeides med på Trøndelagskysten, og velge ett eller to prosjekter i innlands- Norge.

Den kulturøkonomiske tilnæringsmåten bør stå sentralt i minst ett av prosjektene

#### 2) Etablering av et eget verdiskapingsprogram på kulturminneområdet.

Som en mulig oppfølging av de prøveprosjektene som er beskrevet ovenfor vil vi anbefale at Miljøverndepartementet vurderer å organisere slike prosjekter som ovenfor innen rammen av et eget verdiskapingsprogram knyttet til kulturminner og kulturmiljøer. På sentralt nivå kan en tenke seg at Miljøverndepartementet (MD) med sitt ansvar for kulturminner og kulturmiljøer og for det

nyetablerte Kulturminnefondet tar initiativ til å utrede mulighetene for å få etablert et slikt verdiskapingsprogram med regional forankring. MD bør da også mobilisere Kultur- og kirkedepartementet (KKD) og Undervisning og forskningsdepartementet (UFD) som har ansvaret for museene. Museene er viktige medspillere i lokal og regional verdiskaping på feltet. Disse tre departementene kan videre etablere et samarbeid med Nærings- og handelsdepartementet (NHD) som har ansvar for næringsutvikling og SND som har sentrale virkemidler på feltet. Kommunal- og regionaldepartementet (KRD) må koples inn, bl.a. for å mobilisere fylkeskommunene og bidra til å se dette inn mot den regionale utviklingsoppgavene for fylkeskommunene har. Landbruksdepartementet (LD) og Fiskeridepartementet (FiD) er også helt sentrale å trekke inn. Sentralt bør også Forskningsrådet, NHO og LO koples inn, slik de er i verdiskapings-programmer som pågår i dag.

På regionalt og lokalt nivå bør fylkeskommunene arbeide på tvers i egen organisasjon og legge grunnlag for større regionale verdiskapingsprosjekter på dette feltet. Fylkeskommunen skal være en helt sentral aktør i arbeidet med regional utvikling og verdiskaping, og fylkeskommunen er viktig ved fordeling av midler fra sentralt hold og fra SND i eget fylke. Fylkeskommunen har også på regionalt nivå ansvaret for Plan- og bygningsloven og for veiledning av kommunene i denne loven. Fylkeskommunen har kompetanse og forvaltningsansvar på kulturminnefeltet. Fylkesmannen har sterk kompetanse på kulturlandskap og på sammenhengen mellom kultur og natur og bør være en god faglig medspiller i et slikt program, samtidig som regionale forskningmiljøer, museer og organisasjoner trekkes inn. Det ligger mao meget godt til rette for at dette kulturminneområdet kan få et løft i retning av bærekraftig bruk og verdiskaping dersom det samarbeides på tvers av sektorer og nivå innen det offentlig, og gjennom koblinger mellom det offentlig og private

## 8.5 Behov for mer grunnleggende forskning

### 1) Verdiskapingsbegrepet og indikatorer

Det er behov for en forskning som kan se på verdiskapingsbegrepets relevans for kulturminner og kulturmiljøer, men heller enn teoretiske begrepsanalyser, bør man fokusere på operasjonalisering. Forskning knyttet til å utvikle kvantitative indikatorer på økonomisk verdiskaping er et sentralt tema. Den samfunnsmessige utfordring som ligger i at kulturminner i mange tilfeller representerer en verdi som kan utløses, er lite kjent og ikke godt utnyttet, verken kulturelt eller økonomisk. Kulturminner blir i dag oftere betraktet som et pengesluk og en hindring for, enn som et utgangspunkt for verdiskaping. For kulturminneforvaltningen, både den offentlige og den private, er det viktig å vise sammenhenger mellom forvaltning av kulturminner og verdiskaping i samfunnet.

### 2) Kulturminner og livskvalitet

Kulturminner har en betydning ut over kroneverdi og potensialet for å skape nye virksomheter. De inngår som en sentral del av vår identitet, vår trivsel og vår livskvalitet, på samme måte som naturverdier gjør det. Dette er det ikke lett å tallfeste, men verdiskapningen kan allikevel anskueliggjøres. Kulturminner og kulturmiljøer har betydning for "jakten på det gode liv" hvor vekten er lagt på ikke-materielle forhold av betydning for menneskers trivsel. Sentrale problemstillinger kan være: Hvordan oppleves kulturminner, og hvordan kan de skape drømmer og opplevelser som kan bidra til økonomisk verdiskaping? Kulturminnenes og kulturmiljøenes betydning for en trivsel og gjennom det å skape forutsetning for verdiskaping bør undersøkes nærmere.

### 3) Forholdet natur og kultur

Skillet mellom kultur og natur i våre omgivelser er lite skarpt og ofte ikke problematisert. Mye som oppfattes som natur er i virkeligheten kulturprodukter, som store plantede skogområder, lyngheiene langs kysten og andre kulturlandskap skapt av slått og beite. Også mer opprinnelig natur har kultur knyttet til seg, i form av navn, forestillinger, tro og fortellinger. Gjennom tiden har synet på opprinnelig i forhold til menneskeskapt natur antagelig endret seg sterkt. Spørreundersøkelser tyder på at natur med spor av mennesker i dag gir større opplevelsesglede enn urskog

og uberørt terreng, men vi trenger mer kunnskap om hvordan landskapet virker på menneskene i et kultur- natur- perspektiv . Menneskelige oppfatninger av landskap som trygt, pent, farlig etc. bør være av betydning for hvordan landskapet formes eller utnyttes i framtiden.

#### 4) Lokalsamfunntilnærming

Lokalsamfunntilnærmingen er viktig å få utredet. Alle kulturminner finnes lokalt og er deler av et lokalt miljø, men regionale og nasjonale verdier er blitt prioritert av kulturminnemyndighetene. Folks syn på kulturminnene er farget av deres kunnskap om dem og deres status nasjonalt og regionalt. Likevel vil trolig den lokale betydningen veie tyngst.

Vi trenger mer kunnskap om hvordan ulike samarbeidsmodeller mellom lokale og sentrale myndigheter kan fungere, likeså forskning om hva som er suksesskriterier for å fremme lokal mobilitet med utgangspunkt i lokale ressurser(her: kulturarven)

#### 5) Masseturismen og de nasjonale klenodiene

Riksantikvarens stavkirkeprosjekt kan kanskje egne seg for et forskningsprosjekt med vekt på følgeforskning. Prosjektet har en tradisjonell rekkefølge av deltemaer:

1. Ekspertene tar seg av kirkene og deres fysiske status og «avleverer» dem
2. Lokalbefolkningen lærer seg drift og vedlikehold
3. Turismen kommer som følge av stavkirkenes status og kommunisering av denne.
  - Analysere kulturminner som har vært gjenstand for verdiskaping: hva slags fornyingsprosess har de vært igjennom og hva slags endringer har dette gitt for kulturminnet og området rundt? Hvordan har folks holdninger i verdien av slike kulturminner blitt endret?

Kostnader for drift av kulturminner og kulturmiljøer som er valgt eksponert for publikum ved verdiskapende tiltak bør utredes i forhold til inntekter. Kostnadene omfatter bl. a. slitasje, skade, utskiftninger m. m. på selve kulturminnene.

#### 6) Kulturminner og næringsliv

Det er ikke vanskelig å finne eksempler på at kulturminner er relevante for næringsutvikling. Kulturminner og kulturmiljøer kan for eksempel virke som positiv lokaliseringfaktor for nyetableringer og som utgangspunkt for lokalsamfunnsutvikling. De kan også danne utgangspunkt for positiv profilering av bedrifter og næringer. De kan være en viktig del av kvalitetsutvikling i reiselivskonsepter. Kunnskap om kulturminner og den kulturhistoriske sammenheng de har oppstått i, er helt sentral for kvalitets- og produktutvikling innen denne næringen. Men vi trenger mer kunnskap om samspillet mellom kulturminnevern og næringsutvikling; på hvilke områder kan det være motsetninger, og når kan disse strategiene understøtte hverandre? Forskning på alternative forvaltningsmodeller og nye typer virkemidler lokalt, regionalt og sentralt vil være av stor betydning fremover.

## **Vedlegg- oversikt:**

- Vedlegg 1            Lønning, Dag Jørund & Haugsevje, Åsne W. 2002. Kulturminne og kulturmiljø som grunnlag for verdiskaping- Kva kan kulturøkonomien bidra med? Arbeidsrapport nr. 11. Telemarksforskning- Bø.
- Vedlegg 2            Daugstad, Karoline 2003. Verdiskaping med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer. Notat, Norsk senter for bygdeforskning.
- Vedlegg 3            Kann, Frode 2003. Om mulighetene for økonomisk verdiskaping i tilknytning til kulturminner og kulturmiljøer. Notat, Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR).
- Vedlegg 4            Risåsen, Geir Th. & Sæterdal, Anne 2002. Nye Vevlen- delutredning innenfor utredningen ”Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping. Notat, Norsk institutt for kulturminneforskning (NIKU).
- Vedlegg 5            Molaug, Petter & al. 2003. Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping – kulturminnefaglige innspill. Notat, Norsk institutt for kulturminneforskning (NIKU).
- Vedlegg 6            Program for seminar 21. januar 2003.
- Vedlegg 7            Deltagerliste for seminar 21. januar 2003.
- Vedlegg 8            Referat fra seminar 21. januar 2003.

## **Vedlegg 1**

# **Kulturminne og kulturmiljø som grunnlag for verdiskaping**

**Kva kan kulturøkonomien bidra  
med?**

*Av*

*Dag Jørund Lønning og*

*Åsne W. Haugsevje*

*Arbeidsrapport nr. 11 2002*



# ***TELEMARKSFORSKING-BØ***

© Telemarksforsking-Bø 2002  
Arbeidsrapport nr. 11  
ISSN 0802-3662  
Pris: kr. 120

Telemarksforsking-Bø  
Postboks 4  
3833 Bø i Telemark  
Tlf: 35 06 15 00

Fax: 35 06 15 01  
[www.telemarksforsking.no](http://www.telemarksforsking.no)

## FORORD

Denne arbeidsrapporten er ledd i ei større utgreiing om potensialet for auka verdiskaping knytt til norske kulturminne og kulturmiljø. Dette problemområdet vert no i aukande grad fokusert både lokalt, regionalt og nasjonalt. Oppdragsgjevar for utgreiinga er Miljøverndepartementet. Deltakarar har vore Norsk institutt for naturforskning (NINA), Norsk institutt for kulturminneforskning (NIKU), Senter for Bygdeforskning, Telemarksforskning-Bø og Norsk Institutt for By- og Regionalforskning (NIBR). Karl Baadsvik ved NINA er koordinator.

Telemarksforskning-Bø si oppgåve har vore å fokusera dei eventuelle opningar som ligg i den kulturøkonomiske strategien; bruken av lokal kultur og kunnskap i stads- og næringsutvikling. Me har såleis teke utgangspunktet i det strategiske instituttprogrammet vårt, *Trademark Telemark*, som nettopp fokuserer på kulturøkonomi og dei nye potensial for kulturell og økonomisk utvikling lokalt som endringane i tida kan gje rom for. Her vil og kulturminne/miljø vera ein viktig del av det lokale ressursgrunlaget me vil fokusera.

I rapporten tek me utgangspunkt i det kulturøkonomiske perspektivet som ein langt breiare innfallsvinkel til tolking og bruk av lokale tradisjonar og kulturarv. I denne strategien er den heilskaplege opplevinga av regionen/det lokale hovudfokus, og det er også denne som tilfører kulturminne/miljø meining og opplevingskraft. Vidare er det naudsynt å fokusera tungt på formidlingsbehov knytt til sosiale, kulturelle og økonomiske verdiar i samtida. Kulturminne/miljø må rett og slett gjerast spanande og interessante for menneske i dag, og i denne rapporten vil me presentera nokre idear til korleis dette kan gjerast.

Dag Jørund Lønning har vore prosjektleiar for TF Bø sin del av utgreiinga, medan Åsne W. Haugsevje har fungert som prosjektmedarbeidar. Inger Birkeland og Bent Brandtzæg, også Telemarksforskning Bø, har medverka med viktige kommentarar og innspel.

Forfattarane,  
Bø, desember 2002



# INNHALD

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | Innleiing .....  | 10 |
| 2 | Kulturøkonomi som strategi for lokal utvikling.....                                  | 11 |
|   | 2.1 <i>Frå industrisamfunn til postmoderne interessesamfunn</i> .....                | 14 |
| 3 | Kulturminner og kulturmiljøer som kulturøkonomiske ressurser .....                   | 16 |
|   | 3.1 <i>Kulturminner og kulturmiljøer fra kulturminneforvaltningens ståsted</i> ..... | 16 |
|   | 3.2 <i>Kulturminner og kulturmiljøer i et kulturøkonomisk perspektiv</i> .....       | 18 |
|   | 3.2.1 Lokalt og erfaringsnært .....  | 18 |
|   | 3.2.1.1 Lyngheia som postmoderne kulturlandskap .....                                | 20 |
|   | 3.2.2 Kulturminner og kulturmiljøer som mytopoetiske ressurser .....                 | 21 |
|   | 3.2.3 Kulturminner og kulturmiljøer som markører av særpreg og annerledeshet.....    | 23 |
|   | 3.2.3.1 Forteljinga om Telemark .....  | 24 |
|   | 3.2.4 Riv ned gjerdene! .....  | 24 |
|   | 3.2.5 Bærekraftig ressursutnyttelse .....  | 26 |
|   | 3.2.6 Endogen utvikling, men med blikk for omverden.....                             | 27 |
| 4 | Forsknings- og kunnskapsbehov .....  | 28 |
| 5 | Referanser.....  | 30 |



## SAMANDRAG

Kulturøkonomi tyder å gjera seg bruk av lokal kunnskap og kultur som ressursar for stads- og næringsutvikling, og er ein utviklingsstrategi som blir sterkt fokusert og oppmoda av viktige aktørar både nasjonalt og internasjonalt (OECD og EU). Fokuset her er på det som gjer staden særprega, og som difor representerer eit konkurransefortrinn i ein stendig utvida marknad.

Ressursane til ein slik strategi kan finnast innanfor t.d. mat, språk, kunst og handverk, musikk, visuell presentasjon, historiske stader og hendingar, mytologi og folklore, kulturminne og kulturmiljø, litteratur, samt landskap, natur og fauna.

Den viktigaste målsetjinga med kulturøkonomien er etablering av heilskaplege lokale satsingsområde som både kan skapa nye inntektsgevande produkt, og markera staden i det globale. Me talar såleis om langsiktig stadsutvikling meir enn kortsiktig satsing på einskildprodukt. Den viktigaste attraksjonen vert også heilskapen i produktet og høve til møte med og innlemming i, - både for fastbuande og gjester -, aktive, levande og skapande kulturelle uttrykk. Aktørane i denne typen satsingar spenner breitt; frå næringsliv, via det offentlege, til private organisasjonar og det breiare samfunnet.

I denne rapporten fokuserer me spesielt på kulturminne og kulturmiljø som ressursgrunnlag for ei kulturøkonomisk utvikling. For å kunna lukkast med ei slik kopling, vil me hevda at det trengst ei endring eller eventuelt utviding i fokus og forståing knytt til kulturminne/miljø som ressursar for positiv økonomisk utvikling. Ei slik utviding dreier seg både om å kunna setja ressursane inn i ein meir heilskapleg stadleg og regional samanheng, og, ikkje minst, kunna relatera verdiar og interesser til viktige og tunge trendar i samfunnet i dag. Eit sentralt spørsmål her vil difor vera kor vidt kulturminne/miljø vert oppfatta som, og handsama som, aktive, levande og skapande kulturelle uttrykk? Det følgjer logisk av det kulturøkonomiske grepet, at dess meir snevre og objektiverte definisjonane og framstillinga av slike fortidsminne vert, dess vanskelegare vil det også verta å kunna nytta seg av deira kulturøkonomiske potensial. Spørsmålet vil difor vera kor langt kan ein nå i å ”bryta ned gjerda” både fysisk og mentalt, og såleis utvikla definisjonar og forvaltningstilnærmingar som både kan inkludera desse stort sett fysiske kulturminna i den meir heilskaplege opplevinga av staden, og, for det andre, kunna presentera dei i eit språk og i ei form som appellerer til samtidsmenneske.





# 1 INNLEIING

Som eit svar på potensielle negative verknader av globalisering, har sentrale politiske og økonomiske aktørar både i Noreg, EU og OECD oppmoda sårbare lokalsamfunn og regionar om å reindyrka biletet av staden, samt utvikla strategiar for transformering av lokal kunnskap til ressursar for økonomisk og kulturell utvikling. Slike strategiar vert gjerne definert som ei ”kulturøkonomisk tilnærming til bygde/lokalutvikling” (Ray 1998, 1999, Kneafsey 2000, 2001, Lønning 2002a). Målsetjingane er, for det første, å utvikla nye salsprodukt for intern og ekstern marknadsføring, og, for det andre, å kunna produsera nye feste og utgangspunkt for lokal kultur og identitet. Ein viktig del av denne prosessen er definering av heilskaplege utviklingsvegar og satsingar tufta på stadleg særpreg. Kunnskapen/ressursane (råvarer for strategien) kan finnast innanfor t.d. mat, språk, kunst og handverk, musikk, visuell presentasjon, historiske stader og hendingar, mytologi og folkløve, kulturminne og kulturmiljø, litteratur, samt landskap, natur og fauna. Som ein freistnad på ei fokusering og fremjing av det lokale, går slike utviklingsstrategiar på mange vis steget vidare frå rein produkt og objektorientering innanfor t.d. matproduksjon og reiseliv, og fokuserer i langt større grad staden som heilskap som utgangspunkt for økonomisk og kulturell vekst.

Dette er ein måte å tenkja lokal utvikling på som blir stendig sterkare fokusert, og ikkje minst oppmoda til både frå OECD (1995) og EU gjennom LEADER II (2001). Trass i dette er det likevel gjort høvesvis lite forskning på kulturøkonomi i ein norsk kontekst. Omfanget av internasjonal forskning på feltet er heller ikkje spesielt stort, sjølv om forskingsinteressa har vore aukande dei siste to-tre åra.

Gjennom det strategiske instituttprogrammet Trademark Telemark, vil difor Telemarksforskning Bø utvikla grunnleggjande kompetanse på kulturøkonomi, både ved hjelp av grunnforskning, nasjonale og internasjonale komparative studiar, og aktiv deltaking i relevante innovasjonsprosessar i regionen. Målsetjinga for instituttet er å verta eit leiande forskingsmiljø i Noreg på kulturøkonomiske prosessar innanfor landbruk, reiseliv og heilskapleg stadsutvikling, ei form for kompetanse me trur, jf. politiske signal, vil verta sterkt etterspurt i åra framover. Forskingsprogrammet skal fokusera dynamikk og drivkrefter i kulturøkonomien, og synleggjera utfordringar og potensial for det lokale næringsliv.

I denne arbeidsrapporten vil me freista å synleggjera korleis den kulturøkonomiske utviklingsstrategien eventuelt kan nyttast i arbeidet med å fremja verdiskaping og næringsutvikling knytt til kulturminne og kulturmiljø, temaområde som og vil bli vektlagde i forskingsprogrammet Trademark Telemark.

## 2 KULTURØKONOMI SOM STRATEGI FOR LOKAL UTVIKLING

Utgangspunktet for den britiske bygdesosiologen Christopher Ray i hans arbeid om kulturøkonomi, er lokalsamfunnet si potensiale evne til å styra eiga utvikling: "This attempt by rural areas to localize economic control – to (re)valorize place through its cultural identity – is called here the culture economy approach to rural development" (1998:3). Bakgrunnen for utviklinga av kulturøkonomien er den aukande innverknaden av "extra-local forces that have demonstrated a powerful capacity to undermine the socio-economic vibrancy of local areas" (ibid. 3). Ray definerer fire ulike modus eller eventuelt fasar i ei kulturøkonomisk satsing (Ray 1998, 1999, Kneafsey 2000, 2001, Lønning 2002a):

*Modus I:* Kommodifisering av lokal/regional kultur. Utvikling av produkt med stadsidentitet.

*Modus II:* Konstruksjon og promotering av (ny) territoriell identitet overfor omverda.

*Modus III:* Promotering av territoriell identitet internt til samfunn, næringsliv, det offentlege, osv.

*Modus IV:* Vertikal normativ kapasitet for endring. Definering av utviklingsveg, prioriteringar og målsetjingar.

Den viktigaste målsetjinga med kulturøkonomien er såleis å etablera heilskaplege lokale satsingsområde som både kan skapa nye inntektsgjevande produkt, og markera staden i det globale. Eit vesentleg poeng er å kunna forankra satsingane i det lokale. Me talar såleis om langsiktig stadsutvikling meir enn kortsiktig satsing på einskildprodukt. Den viktigaste attraksjonen vert også heilskapen i produktet og høve til møte med og innlemming i, - både for fastbuande og gjester -, aktive, levande og skapande kulturelle uttrykk. Aktørane i denne typen satsingar spenner breitt; frå næringsliv, via det offentlege, til private organisasjonar og det breiare samfunnet.

Som strategi er kulturøkonomien territoriell. Den er knytt til ein stad eller region, og skal primært vera eit verkty for lokal utvikling. Det spesielle med kulturøkonomien er at dette stadlege identitetsfokuset heng tett saman med økonomisk utvikling. Nyare forskning syner klare samband mellom lokal kultur/identitet og økonomisk utvikling (Courtney, et.al 2001). Ein sterk lokal identitet medfører både aukande vilje og evne til å nytta og å sjå med nye auge på lokale ressursar i økonomisk utvikling. Samstundes fortel og røynsler med EU sitt store bygdeutviklingslaboratorium LEADER, at biletet av staden – kor vidt denne vert oppfatta som særprega og spesiell – er den viktigaste utviklingsressurs ein har lokalt (LEADER II 2001). Særpreg er i det heile stendig meir fokusert og etterspurt både som marknadsvare og som kulturelt miljø. Tida i dag gjev rom for å kunna bruka lokal kultur

og kunnskap i nyvinnande næringsutvikling, nettopp fordi dette lokale tilfanget fokuserer og er tufta på det som er annleis og særprega.

Kulturøkonomi som utviklingsstrategi bør såleis kunna representera eit potensielt spanande og nyttig utgangspunkt i arbeidet med å fremja ny næringsutvikling knytt til kulturminne og kulturmiljø. For å kunna lukkast med ei slik kopling, vil me hevda at det trengst ei endring eller eventuelt utviding i fokus og forståing knytt til kulturminne/miljø som ressursar for positiv økonomisk utvikling. Ei slik utviding dreier seg både om å kunna setja ressursane inn i ein meir heilskapleg stadleg og regional samanheng, og, ikkje minst, kunna relatere verdiar og interesser til viktige og tunge trendar i samfunnet i dag. Eit sentralt spørsmål her vil difor vera kor vidt kulturminne/miljø vert oppfatta som, og handsama som, ” aktive, levande og skapande kulturelle uttrykk”? Det følgjer logisk av det kulturøkonomiske grepet, at dess meir snevre og objektiverte definisjonane og framstillinga av slike fortidsminne vert, dess vanskelegare vil det også verta å kunna nytta seg av deira kulturøkonomiske potensial. Spørsmålet vil difor vera kor langt kan ein nå i å ”bryta ned gjerda” både fysisk og mentalt, og såleis utvikla definisjonar og forvaltningstilnærmingar som både kan inkludera desse stort sett fysiske kulturminna i den meir heilskaplege opplevinga av staden, og, for det andre, kunna presentera dei i eit språk og i ei form som appellerer til samtidsmenneske.

Eit slikt fokus er ein vesentleg føresetnad for suksess. Næringsutvikling er alltid direkte eller indirekte knytt til ein marknad, og ein marknad er i seg sjølv driven av menneske som handlar etter personlege interesser og behov. For å kunna lukkast må ein difor vita korleis menneske i dag tenkjer, og kva dei oppfattar som spanande og interessant. Straumdrag i marknaden gjev difor viktige føringar på formidlingsmåten. Det er i seg sjølv meiningslaust å fokusera meir på næringsutvikling knytt til fortidsminna dersom ein ikkje samstundes vil vera viljug til å styra presentasjon og formidling etter marknaden sine behov. I høve vårt konkrete tema, talar me i røynda om å *skapa rom for fortida i notida*. Og utan inngåande kjennskap til drivkrefter, handlingsrom og behov i same notid, vil dette vera uråd. Dersom ein kan tilpassa seg marknaden utan å gå *alt for mykje* på akkord med meir fastlagde og objektiverte verdiar knytt til kulturminneforvaltning, vil dette vera ein langt lettare veg å gå enn eventuelt å freista å ”tvinga” marknaden til å tilpassa seg etablerte og tradisjonelle målsetjingar.

Denne utfordringa møter ein stendig i arbeidet med kulturøkonomiske satsingar. Spesielt kan dette eksemplifiserast gjennom fokus på omgrepet *tradisjonskunnskap*. Denne er kulturøkonomien sin viktigaste ressurs, men samstundes ligg det ofte ein innebygd barriere lokalt i kommersiell utnytting. Tradisjonskunnskap representerer ein form for lokal kontinuitet, medan marknaden gjerne vert oppfatta som eit direkte brot. Så korleis kan desse to sameinast? Resepten synest svært ofte å vera nettopp synleggjering av eksterne notidige behov. Ein kan sjølv sagt argumentera for at tradisjonskunnskap har sjølvstendig verdi, uavhengig både av det eksterne og av marknaden. Men med å setja eit endeleg

punktum der, mister ein samstundes mykje av grunnlaget for å kommunisera med og til nye generasjonar som har sitt referansegrunnlag nettopp frå eit marknadsstyrt samfunn!

Kulturøkonomien representerer såleis ein måte å kunna taka vare på lokale tradisjonar gjennom å skapa fornya *interesse* og såleis finna dagsaktuelle rom og presentasjonsformer. Dette kan medføra tillemping, endring, og difor til dels brot, men likevel kontinuitet. Ein annan måte å framstilla dette problemfeltet på, vil vera å hevda at ein kulturøkonomisk strategi representerer kontinuitet gjennom brot. Kontinuiteten finn me i målsetjinga om lokal utvikling og styring, medan brotet er i rasjonaliteten, som no vert henta frå marknaden og sosiale og kulturelle drivkrefter i samtida.

Denne balansegangen kan høyrast vanskeleg, men den er slett ikkje uråd å få til. Mykje nybrottsarbeid innanfor konseptet ”tradisjonsmat” er eit godt døme på nettopp dette. Her er behov i marknaden ei vesentleg drivkraft. Men samstundes ser ein og at dette konseptet fengjer dei unge, og skaper fornya interesse for staden og det stadlege særpreget. I meir ”verne-relatert” språkbruk, vil dette vera eit svært så godt døme på kva ”vern gjennom bruk” *kan* tyda i dag.

Me kan sjå dette i kontrast til den meir ”tradisjonelle” modellen med museums dagar og presentasjon av gamal matkultur. Slike ”dagar” er viktige i seg sjølve, og, ikkje minst, ofte svært populære. Men samstundes sender ein ut, både gjennom stadsval og formidlingsform, svært så klare signal om at ein her talar om praksisar som høyrer fortida til. Det tradisjonelle museet er ein avgrensa arena, i tid og rom, kunstig konstruert for presentasjon av fortid. Det er gjerne gjerda inn, og gjev klare signal om kva form for åtferd og kva form for kulturelle aktivitetar som høver seg *innanfor* og *utanfor*.

Også her representerer kulturøkonomien difor brot. Og sjølv om målsetjinga om vern vil vera lik, talar me på mange vis om antitesa av den museale framstillinga. Nettopp fordi sjølve bruksomgrepet vert så ulikt. Det museale har alltid ei eller anna form for inngjerding. Økonomien er tufta på *inngangspengar*, betaling for å sleppa inn i og få oppleve det som er innanfor gjerdet. Kulturøkonomien talar i langt større grad om fremjing av ei heilskapleg lokal oppleving, og om å finna bruksrom og skapa interesse som er utleia av notidige behov. Her talar me såleis om å fjerna gjerda (i alle høve mentalt), og i staden arbeida for å integrera det som er innanfor i det som er utanfor. I kulturøkonomien er heilskapen den til sjuande og sist viktigaste ressursen, eller attraksjonen om me talar om reiseliv. Det er denne som gjev objektet meaning, og det er denne det utgår av.

Ein kulturøkonomisk strategi søkjer såleis å sameina lokale økonomiske og kulturelle behov gjennom å gjera seg nytte av nye opningar og straumdrag i tida. Det er behov for styrking av den lokale identifiseringa, men samstundes registerer me også eit aukande eksternt behov for ”det lokale” og, i høve bygda, det som ikkje byen kan tilby.

Sameininga av lokale og ekstralokale behov til *ein* strategi er kulturøkonomien sin fremste styrke, ettersom dette grepet gjev denne måten å tenkja utvikling på ein sterk legitimitet

både innanfrå og utanfrå. I teorien er også dette ein verdi-akkumulerande strategi, ved at ekstern interesse for det lokale påverkar den lokale interessa for "eins eige" på positiv måte. Tilbakemeldingar om at det ein gjer og det ein har er interessant for samtida, medfører vidare ny lokal entreprenørverksemd.

Dette er likevel ein sterkt kunnskapskrevjande strategi. For å kunna gjera ei lokal satsing interessant for samtida, er det naudsynt å vita kva økonomiske, kulturelle og sosiale drivkrefter som styrer denne. Kva er det menneske i dag oppfattar som spanande og interessant, og korleis kan me forma "produkta" våre på ein måte som fengjer og appellerer?

## ***2.1 Frå industrisamfunn til postmoderne interessesamfunn***

I den tidsepoke som ofte vart kalla industrisamfunnet, eller eventuelt moderniteten, var det å skapa klare og markerte skilje mellom fortid og notid ein logisk måte og ordna og forstå historie på. Moderniteten stod i den optimistiske naturvitskapen sitt teikn. Naturen kunne tøylast og temjast. Stendig nye og større maskinar garanterte for Framsteget. Rostow sine faseteoriar for økonomisk utvikling vart styrande for måten å forstå utvikling på. Rostow likna det å skapa utvikling med flyet og flyplassen. Det skal mykje forarbeid til for å få flyet på vengene, men er det først oppe så vil det stiga mot stendig nye høgder.

Dette var ei tid prega av sterk utviklingsoptimisme. Også ideen om nasjonen stod sterkt, nasjonen som ein kropp samansett av ulike delar med ulike men i utgangspunktet like viktige oppgåver. Einskildmennesket var tannhjulet i det store samfunnsmaskineriet. Produsenten stod ved samlebandet, og leverte såleis sine bidrag til heilskapen.

Blikket var retta framover, mot nye erobringar og sigrar for menneskeætta. Det inngjerda museet vart ein arena for framsyning av det som var i "hine hårde tider", og såleis det som var erobra. Historie var viktig for å skjønna notid, men likevel var det både i formidling og forståing eit klart brot mellom fortid og ei notid stort sett fokusert på framtid.

Omgrepet *musealt* er eit uttrykk for denne måten å forstå utvikling på. Når noko er "musealt" eller eventuelt "moge for museum", blir det kulturelt sett gjerda inn og objektivert som forbi, og såleis framstilt som lite relevant for notidig sosial og kulturell oppleving.

Og sjølv om sjølv institusjonen museet har gjennomgått tilsynelatande store endringar sia moderniteten si storleikstid, heng likevel ideen om gjerdet att, ideen om innanfor og utanfor, og såleis det skarpe skiljet mellom fortid og notid.

Men her opplever me eit sterkt brot i høve dagens drivkrefter. For biletet av produsenten ved samlebandet høver slett ikkje lenger på samtidsmennesket. Me ser i dag framveksten av eit stendig meir individualistisk samfunn styrt av aukande personleg forbruk, mobilitet, personleg val, og i det heile stor individuell autonomi. Produsenten er blitt forbrukar, og

den personlege interessa er i ferd med å bli ei sterk drivkraft i samfunnsutviklinga. Interessa og det frie valet styrer stendig meir: utdanning, yrke, val av stad å slå seg ned. Det tradisjonelle skarpe skilje mellom arbeid og fritid er i ferd med å gå i oppløysing – eller dei to tradisjonelle motpolane vert i aukande grad integrerte til eit interesseprodukt. Der plikta styrte før, har no lysta overteke.

Ein kan og hevda at Innviklinga har teke den sosio-kulturelle plassen Utviklinga hadde i industrisamfunnet. Utviklingsoptimismen er borte, og verda synest i det heile stendig meir komplisert og uoversiktleg. Ein studie om unge og deira holdningar til gard og grend syner dette klårt (Lønning 2000). Ein har ikkje det same rommet for planlegging som foreldre- og besteforeldre-generasjonen hadde. Ein anar rett og slett ikkje korleis verda vil sjå ut om 10 år, og samstundes får ein klare signal frå omgivnadene om at livet skal levast her og no, og difor uttrykkjer ein heller ikkje noko særleg behov for å vita dette.

Desse til dels revolusjonerande endringane i synet på verda og individet sin plass i denne, får og store konsekvensar for synet på fortid og historie. Også fortida vert eit interesseprodukt, ved at nettopp dei aspekt ved såkalla fortid som vert oppfatta som spanande og interessante, i aukande grad vert gjort til del av notid. Me har nemnt tradisjonsmat som eit døme. Andre døme ser me innanfor notida sitt aktive bruk av mytologi. I kollektivet sine syn på landbruk, ser me elles eit fokus på og søk etter driftsmåtar, byggeskikk og husdyrassar som industrisamfunnet dømde til den historiske søppelhaugen.

Slike nye straumdrag representerer såleis nye utviklingsopningar, og rom for spanande produksatsingar. Me har allereie peika på staden sitt behov for å framstå som særprega og annleis. Dette er *også* eit svar på individet sitt søk etter det spanande og interessante. Som kulturøkonomiske ressursar bør kulturminne/miljø kunna bli potensielt svært så spanande ledd i ei slik lokal og regional utvikling. Svært få kulturminne er så særprega og spesielle at dei i kraft av seg sjølve vil kunna stå som fundament i næringsutviklingsprosessar. Som del av ein levande lokal og regional kultur som tilfører dei meining og tek dei opp i ein spanande og tidsrett heilskap, representerer dei likevel potensielt store økonomiske og stadsrelaterte kulturelle verdiar.

Men korleis kan ein slik måte å tenkja bruk av kulturminne og – miljø på byggjast inn i forvaltinga? Og korleis kan slik kulturarv definerast meir konkret som kulturøkonomiske ressursar?

### **3 KULTURMINNER OG KULTURMILJØER SOM KULTURØKONOMISKE RESSURSER**

Kulturminneforvaltningens primære fokus er nødvendigvis å beskytte verdifulle kulturminner og kulturmiljøer fra å raderes bort eller endres som følge av utbygging og utvikling. Tradisjonelt har det derfor ikke vært kulturminneforvaltningens mål selv å bidra til samfunnsutvikling. I NOU 2002:1, *Fortid former framtid*, tegnes det imidlertid opp en visjon for en ny kulturminnepolitikk der kulturminner og kulturmiljøer skal sees som kilder til opplevelse, utvikling og verdiskaping (MD 2002:33). For kulturminneforvaltningen innebærer en slik visjon en radikal nytenkning og omstilling.

Å integrere kulturminner og kulturmiljøer i helhetlige kulturøkonomiske strategier, vil bety å se dem som ressurser i verdiskapingsprosesser. Dette innebærer et forsøk på å forene kultur og økonomi, to samfunnsområder som tradisjonelt har blitt sett på som verdener isolert fra hverandre. De siste årene har vi kunnet registrere en gjensidig utveksling mellom disse sfærene. Det hevdes at økonomifeltet ”kulturaliseres” mens kulturfeltet ”markedifiseres”. Dette innebærer at kulturelle uttrykk blir mer kommersielle, mens kulturelt innhold får større betydning i produksjonen av varer og tjenester. Motsetningene mellom ”business” og kulturell vekst, ”image management” og ekthet, er ikke lenger like tydelige (jf. Rose 1992, Ellmeier 2002). Vi ser også at markedet blir en stadig viktigere aktør i dannelsen av sosialt og kulturelt liv, ikke minst gjennom trenddannelser. Det å kunne relatere sin bedrift til et marked, og gjøre det en har attraktivt for dette markedet, blir slik en mulighet for å nå fram til flere.

Kulturøkonomi er en strategi under utvikling. Mange spørsmål står foreløpig ubesvarte med hensyn til hvordan kulturminner og kulturmiljøer kan integreres i en kulturøkonomisk strategi. Enkelte suksessfaktorer kan likevel allerede fastslås. Før vi går inn på hvordan denne integreringen kan tenkes og gjennomføres, er det imidlertid nødvendig å avklare hva som menes med kulturminner og kulturmiljøer og hvilke verdier en tradisjonelt har knyttet til dem.

#### ***3.1 Kulturminner og kulturmiljøer fra kulturminneforvaltningens ståsted***

Hva er egentlig et kulturminne? Av kulturminneloven fremgår det at kulturminner er ”alle spor etter menneskelig virksomhet i vårt fysiske miljø, herunder lokaliteter det knytter seg historiske hendelser, tro eller tradisjon til” (MD 2001a:§2). I utgangspunktet kan denne definisjonen virke svært vid, og inkludere så å si alt vi har omkring oss som har menneskelig opphav. Det er likevel bare en mindre del av kulturminnene, og fortrinnsvis de kulturminner som er av ”en viss verdi” (MD 1992a:10), nærmere bestemt av nasjonal verdi (ibid), som blir underlagt et *vern* fra kulturminneforvaltningen.

Kulturmiljøer blir i kulturminneloven definert som ”områder hvor kulturminner inngår som del av en større helhet eller sammenheng” (MD 2001a:§2). Kulturmiljøbegrepet dekker alle typer kulturlandskap, både rurale og urbane. Også kulturmiljøbegrepet er i utgangspunktet svært vidt, fordi det også dekker miljøer som er fysisk uberørt av mennesker, men som det knytter seg historiske hendelser, tro og tradisjon til. Likevel begrenser begrepsbruken seg i praksis til verdifulle kulturmiljøer, det vil si kulturmiljøer med bestemte kvaliteter (Finne og Holme 2001:30).

Kulturminner og kulturmiljøer avgrenses fra kulturminneforvaltningens side til å være de spor etter menneskelig virksomhet som er *fysiske*, eller som har en *lokalisering*. (Dahl 2001:48). At kulturminner og kulturmiljøer dermed ofte tenkes synonymt med *levninger* eller *arealer* må forstås i sammenheng med at kulturminneforvaltningen forholder seg til kulturminner og kulturmiljøer som potensielle verneobjekter. Formålet med et verneapparat er å ta vare på mangfoldet av kulturminner og kulturmiljøer, og å se til at et representativt utvalg vernes i et langsiktig perspektiv (RA 2001). De *verdiene* som kulturminneforvaltningen tilskriver kulturminner og kulturmiljøer må også sees på bakgrunn av dette.

Forvaltningen deler kulturminners og kulturmiljøers verdier inn i to hovedkategorier: *kunnskaps- og kildeverdi* på den ene siden, og *opplevelsesverdi* på den andre siden (Finne og Holme 2001:30). Den første kategorien henspiller på at kulturminner og kulturmiljøer kan gi oss kunnskap om og fungere som kilde til bygningshistorie, arkitektur-/stilhistorie, teknikk-, material- og håndverkshistorie, sosialhistorie og samfunnshistorie. Den andre kategorien – opplevelsesverdi – inkluderer kunstneriske/estetiske verdier, miljø- og identitetsskapende verdier, symbolverdier og pedagogiske verdier (ibid).

Forskning de siste tjue år viser at det er et stort sprik mellom forvaltningens definisjon av kulturminner og hva folk flest legger i dette (jf. Bertelsen et al. 1986, Berkaak 1992, Magnus 1993, Småland 1993, Klepp 1995, Thu 1996, Bertelsen et al. 1999, Krogh 1999, Pramli 1999, Dahl 2001). Gjennom media kan en få inntrykket av at forvaltningen og eiere/brukere av kulturminner ofte er uenige eller har kryssende interesser. Den utbredte konfliktfokuseringen gjør kanskje bildet mer negativt enn det egentlig er. En undersøkelse av folks oppfatninger av kulturminner ute i naturen, viser at folk – de som bruker kulturminnene – deler kulturminneforvaltningens oppfattelse av kulturminner som verdifulle og bevaring som viktig, men at begrunnelsene ikke er de samme (Klepp 1995:261).

Det kan se ut til at forvaltningen har et problem med å legitimere sin virksomhet overfor befolkningen:

I sin streben etter en rasjonell forvaltning står kulturminneforvaltningen i fare for å miste kontakten med de menneskene som opplever og erfarer kulturminnene, og som på mange måter burde være



svaret på hvem det er man verner for. [...] En helhetstankegang hvor både kulturminner, naturressurser og andre samfunnsinteresser inngår åpner opp for muligheten til å se kulturminnebegrepet i nye sammenhenger. Kanskje er det nettopp i en slik sammensetning man kan finne rom for at de menneskene som berøres også får være med på å legge premissene for både vern og utvikling av stedet. Dersom man ser et område mer under ett, er enkeltindividene som bebor området ikke lenger irrelevante, men viktige faktorer for opprettholdelsen av områdets egenart (Dahl 2001:83f).

Som kulturøkonomisk ressurs blir kulturminner og kulturmiljøer koblet, på den ene siden, til helhetlige lokale/regionale temaer, og, på den andre siden, til sentrale interessestrømmer i samfunnet. En kobling mot temasatsinger medfører en integrering i helhetlige utviklingsprosesser, noe som er avhengig av et nært samarbeid mellom sentrale og lokale aktører, og mellom fagfolk og folk flest. Et tettere samarbeid med fokus på utvikling vil være utfordrende på mange plan, ikke minst for forvaltningen som må være beredt på å åpne opp begrepene kulturminne og kulturmiljø for nye tolkningsrom og praksiser.

### ***3.2 Kulturminner og kulturmiljøer i et kulturøkonomisk perspektiv***

Hvordan kan så kulturminner og kulturmiljøer integreres i det kulturøkonomiske perspektivet? Og hva kan dette perspektivet tilføre av ny mening og økonomiske potensial?

#### ***3.2.1 Lokalt og erfaringsnært***

Som menneskelige spor fra tidligere tider, kan kulturminner og kulturmiljøer sees som deler av et samfunns kollektive hukommelse om tidligere generasjoners samfunn og levekår (RA 2001). I det norske kulturminnevernets barndom på 1800-tallet var det kulturminnenes potensiale som byggesteiner i en nasjonal identitet som stod i sentrum for virksomheten. Innenfor den nasjonalromantiske diskurs var det bare gjenskapningen av en organisk sammenheng med fortiden – avdekning av nasjonens røtter – som kunne skape harmoni og enhet (Solli 1996:83).

Undersøkelser viser at verdiene som kulturminner og kulturmiljøer har for det enkelte menneske ikke nødvendigvis samsvarer med verditenkningen hos kulturminneforvaltningen. Etnologen Ingun Grimstad Klepps (1995) studie av turgåeres opplevelser av kulturminner og kulturlandskap viser at forvaltningens vektlegging av nasjonal historie ikke finner gjenklang hos folk flest (les: turgåerne):

Opplevelsen av kulturminner er oftere knyttet til det individuelle, og ikke det kollektive. I den grad det er knyttet til et fellesskap er det et lokalt fellesskap. Noen identitet knyttet til nasjonal identitet er ikke lett å finne (Klepp 1995:297).

Antropologen Odd Are Berkaak (1992) henviser til det samme i fartøyvernet. Der kulturminneforvaltningen knytter kulturminner til den offisielle, genealogiske historie ("statens historie") og forestillingen om det store, abstrakte fellesskapet nasjonen, knytter enkeltmennesket kulturminnene til mer erfaringsnære, organiske og lokale sammenhenger, og den nære og personlige historie.

En parallell til dette kommer fram i en studie av en gruppe kvinner og deres motivasjoner for å engasjere seg i et gammelt håndverksfag (Haugsevje 2001). Mens myndighetene knytter håndverk til forestillingen om en nasjonal kulturarv, er dette lite relevant for utøverne:

Kulturarv inngår i en fortelling som er for stor og fellesskapsorientert, og som er for fjern fra hverdagsvirkeligheten til at den får personlig relevans. Men gjennom personlig erfaring med vev, blir det *fortidige* likevel viktig (ibid:102).

Den fornemmelsen av fortid som kan oppstå gjennom håndverksutøvelsen kan være *preget* av diskursen om kulturarv, men er framfor alt knyttet til det erfaringsnære; den kroppslige utøvelsen, ens egen personlighet og ens egne drømmer (ibid:101).

Gjennom 1980- og 90-tallet har kulturminneforvaltningen gjennomgått en moderniseringsprosess. Målet med endringene har blant annet vært å demokratisere vernepolitikken og styrke lokalsamfunnets og grupperes behov for egen historie og sterkere tilhørighet (MD 1992b). Like fullt etterlyses det også i dag en videre demokratisering, og det stilles spørsmål ved om kulturforvaltningen har en for sterk definisjonsmakt over kulturminner og kulturmiljøer og verdiene av disse (jf. Dahl 2001).

Et kulturøkonomisk perspektiv innebærer en vektlegging av nettopp lokal definisjonsmakt og et organisk historiesyn. De verdiene som kulturminner og kulturmiljøer tilskrives i et kulturøkonomisk perspektiv knytter seg til både kunnskap og opplevelse, men vil i hovedsak dreie seg om kunnskap og opplevelse som er meningsbærende for enkeltmennesket i en lokal sammenheng. Kulturminner og kulturmiljøer kan bidra til å løfte fram eksisterende fortellinger om det lokale, så vel som å være grunnlag for å spinne nye fortellinger. I et kulturøkonomisk perspektiv er de små fortellingene om det lokale viktigere enn de store nasjonale fortellingene.

Vestfold fylkeskommune har sammen med kommunene i Vestfold og en rekke lokale aktører gått sammen om et Lokal Agenda 21-prosjekt som vektlegger lokal definisjonsmakt og lokal deltakelse, og som bidrar til å skape fortellinger om det lokale. Med hjelp fra 150 frivillige, blant annet fra 4H, skoler og orienteringslag, er hundrevis av kulturminner registrert, fotografert og kartfestet. Målet er å samle kunnskap om kulturminner i utmark, og bidra til at kulturminnene blir brukt og at folk blir glad i dem. Det er lagt en vid kulturminnedefinisjon til grunn for arbeidet, en definisjon som

vektlegger meningsdimensjonen. Prosjektkoordinator Tor Bjørvik uttaler følgende i et avisintervju: ”Kulturminnene gir oss en mening med å bo der vi bor, enten vi alltid har bodd der, eller er tilflyttere” (Nygaard 2002). Prosjektet er et eksempel på en lokal bevisstgjøringsprosess omkring hva som finnes av ressurser og verdier på stedet. I kulturøkonomiske strategier er dette en viktig del av arbeidet (jf. Ray 2001, Lønning 2002a).

En parallell til denne måten å bruke kulturminner og kulturmiljøer på, kan vi finne i økomuseet – museet uten vegger – en museumsstrategi som ble lansert på 1970-tallet av franskmannen Hugues de Varine. Økomuseumstanken tar utgangspunkt i at mennesker har nærmiljøet eller lokalsamfunnet som sin primære, sosiale referanseramme. I dette lokalmiljøet skjer det et samspill mellom mennesker og mellom menneske og natur som skaper kollektive ressurser i form av kunnskap og kompetanse. Kulturminner inngår i denne kollektive kompetansen, og kan brukes til en positiv utviklingsprosess lokalt, der lokalfolk selv er hovedaktørene. Økomuseet skiller seg fra det tradisjonelle museet ved å fokusere på prosessene, framfor gjenstandene, og ved å ta sikte på dialog, framfor monolog. Gjennom å fokusere på de positive sidene ved lokalsamfunnet, skal en skape positiv selvforståelse, og i neste omgang en ny giv, både økonomisk, sosialt og kulturelt (Gjestrum og Maure 1988, KD 1996).

### 3.2.1.1 Lyngheia som postmoderne kulturlandskap

Her er me nær opp til ein kulturøkonomisk strategi, sjølv om det her nok vil liggja enno sterkare fokus på det næringsmessige. I kulturøkonomien vil det nok og – i alle høve epistemologisk - liggja ein innebygd kritikk av sjølve museumsomgrepet og dei konnotasjonar dette gjev. Først og fremst fordi såkalla ”museale” opplevingar går inn som (blir *valde* inn som) deler av *samtidige* kulturelle liv. Slik vert dei også ein like stor del av samtid som fortid, og ein kan såleis argumentera for at dei mistar sin ”museale” karakter. For kulturøkonomien er det kulturminne/miljø sine potensial som ressursar i dag som er hovudfokus!

Denne formen for spanande og produktiv samansmelting av ”det som var” med ”det som er” finn me gode døme på i den høvesvis nye satsinga på kystlyngheia i Noreg. Her har Lyngheisenteret på Lygra i Lindås spela ei svært viktig rolle (sjå Dale 2001, for ein kulturvitskapleg analyse av denne etableringa). I tillegg til å vera eit opplevingssenter, og eit senter for historieforteljing, har det også representert ein inngang for bygdefolk til bruk av den lokale lyngheia som økonomisk ressurs med relevans for notida sin marknad. Den gamle steinaldersauen (”villsauen”) pleier landskapet, og slaktet av denne har på få år gått frå å vera eit tilnærma ”avfallsprodukt” i dei store slakterisystema, til å bli trendprodukt med stor tilleggsverdi. På same vis har dette prosjektet, som vel i utgangspunktet starta som eit meir snevert ”verneprosjekt”, ført til at fleire og fleire bønder langs kysten no ser den tidsaktuelle økonomiske ressursen lyngheia representerer (sjå også Lønning 2000).

Lynghæia, vart på mange vis eldste kulturlandskap, var i mange industrifokuserte år redusert til utmark utan særleg økonomisk verdi. Men i dag ser me at endringar i sosiale, økonomiske og kulturelle drivkrefter i tida skaper nye rom for denne. Mat fr  lynghæia finst i dag på bordet til nokre av dei mest ”trendy” restaurantar på Vestlandet. Her skaper såleis interesse i notidig marknad nye og tilsynelatande svært så store rom for det som i meir snever ”verneterminologi” gjerne vert omtala som ”fortid”.

### 3.2.2 *Kulturminner og kulturmiljøer som mytopoetiske ressurser*

Kulturminner og kulturmiljøer har overlevd de menneskene som en gang skapte dem. De er ”rester” etter tidligere fysiske og kulturelle sammenhenger, og inntar derfor en posisjon som tause vitner fra en annen tid. Selv om de ikke selv kan fortelle noe fra de kontekstene som de har ”gjennomlevd”, har de likevel egenskap til å frambringe fornemmelser av fortid. De siste årenes økende antikvitetsinteresse er et tydelig eksempel på dette. Kulturminner og kulturmiljøer har *mytopoetiske* egenskaper. Michel de Certeau (1984) knytter ”the mytho-poetic” til praksiser og aktiviteter som kan fylle et sted med et poetisk innhold, det vil si et lag av mening som ligger over det hverdagslige og sekulariserte (Birkeland 1999). En kan på tilsvarende vis beskrive kulturminner og kulturmiljøer som fenomener som bidrar til å gjenfortrylle verden (om gjenfortrylling se: Heelas 1992, Ritzer 1999). I dagligspråket omtales disse sidene ved kulturminner og kulturmiljøer som ”sjel”, ”stemning” og ”ekthet”. Norsk og internasjonal forskning (f.eks. Lowenthal 1995, Klepp 1995, Eriksen 1999) og en rekke hovedfagsoppgaver (f.eks. Skotheim 1999, Hansen 2001, Haugsevje 2001, Mosaker 2001, Nygård 2001) har satt fokus på fortidsopplevelsen som en dimensjon ved menneskers forhold til gjenstander, steder og immaterielle kulturuttrykk. Ingun Grimstad Klepp (1995) finner, som et eksempel, at et sentralt trekk ved kulturminner er at de gjør det mulig for folk å leve seg inn i fortidens menneskers liv, og at nettopp dette er noe som gir kulturminnene verdi.

Fra et tradisjonelt forvaltningsst sted med tung vekt på kulturminners og kulturmiljøers kunnskaps- og kildeverdi, kan den utbredte nostalgien, romantikken og fortidsfornemmelsen oppfattes som tilslørende, og som ”ei felle for fornuften” (Johansen 1989:230). Skal kulturminner og kulturmiljøer integreres i helhetlige samfunnsmessige utviklingsprosesser, der lokal deltakelse er viktig både som virkemiddel og som mål, må imidlertid nostalgi og romantikk tas alvorlig og sees som en ressurs, ikke som noe som skal nedkjempes.

Senter for framtidsforskning i København har laget en trendanalyse, *The Dream Society* (Jensen 1999), som har fått mye oppmerksomhet. Et sentralt trekk ved Dr mmesamfunnet er at stadig mer tid går med til å konsumere. Vi konsumerer en rekke varer, tjenester og opplevelser, men ikke fordi vi trenger dem for overleve. Vi konsumerer fordi vi finner det tilfredsstillende på et annet plan; fordi vi gjennom konsumet f r leve ut fantasier og drømmer, og fordi det gir gode opplevelser. Myter og fortellinger er Dr mmesamfunnets økonomiske råvarer. I dette samfunnet oppstår det et voksende marked for de ”varer”, i

svært vid forstand, som kan kommunisere og appellere til følelsene, og som kan fortelle en historie (ibid).

Det er her – på markedet for drømmer, opplevelser og personlig identitet – at kulturminner og kulturmiljøer har sitt økonomiske potensiale. De mytopoetiske verdiene som kulturminner og kulturmiljøer har, kan parallellføres med det som i et økonomisk språk benevnes som *tilleggsverdier*.

Pine II og Gilmore (1999) hevder at vi (les: den vestlige verden) står ved inngangen til opplevelsesøkonomien. Det økonomiske potensialet ligger i de tilleggsverdiene som en ”vare”, nok en gang i vid forstand, kan hente ut gjennom å framstå i en form som appellerer til sansene. Slik sett er varen i seg selv mindre viktig – det er opplevelsen som hele transaksjons- og konsumsituasjonen består av som teller. Det er viktig å understreke at opplevelse i denne sammenhengen omfatter mer enn underholdning. Innenfor den voksende opplevelsesindustrien snakker en om at underholdning bare er en liten del av en opplevelse. Viktigere er det at opplevelsen engasjerer folk gjennom alle sanser på en personlig og minneverdig måte (Pine II and Gilmore 1999, Lønning 2002a).

Følgende tabell gir et inntak til opplevelsesøkonomi som noe annerledes og nytt i forhold til økonomiske uttrykksformer i industrisamfunnet:

| Type av økonomisk utbud             | Landbruksvarer | Varer              | Tenester                 | Opplevingar    |
|-------------------------------------|----------------|--------------------|--------------------------|----------------|
| Økonomi                             | Agrar          | Produksjon         | Teneste                  | Oppleving      |
| Økonomisk funksjon                  | Trekkja ut     | Laga               | Levera                   | Scene-framføra |
| Kva vert tilbudt                    | Etande         | Noko ein kan ta på | Noko ein ikkje kan ta på | Minneverdig    |
| Seljar                              | Handelsmann    | Produsent          | Tilbydar                 | Scenekunstnar  |
| Kjøpar                              | Marknad        | Brukar             | Klient                   | Gjest          |
| Faktorar som influerer etterspurnad | Karakteristika | Eigenskapar        | Føremoner                | Sansepåverknad |

(Kjelde: <http://www.consulttci.com/experience.html> )

Kulturminner og kulturmiljøer er bærere av mytopoetisk mening som nettopp engasjerer folk på en personlig måte gjennom alle sanser. Kulturminner og kulturmiljøer gir historisk dybde til et sted, og bidrar til å fylle stedet med symbolsk innhold. På tilsvarende måte kan en ”vare” fylles med det samme symbolske innholdet.

Det er i dag en stor interesse for og et stort forbruk av mytologi og symboler som appellerer til interesse, spenning og sansene, noe f.eks. den internasjonale filmindustrien vet å dra nytte av, og som den selv bidrar til (jf. f.eks. lanseringene av filmene om *Harry Potter* og *Ringenes Herre* i 2001 og 2002). Det meste av populær mytologi i dag er importert. Det sier noe om at vi har mye å hente i Norge på å bli flinkere til å relatere oss til drivkrefter og strømninger i samtiden. Kulturøkonomien søker nettopp å gjøre dette; å koble eksisterende og nye *lokale* symbolgrunnlag til rådende strømninger. Det ligger her trolig store økonomiske potensial i den norske kulturarven dersom vi blir flinkere til å relatere oss til nåtidsmenneskers mytologiske behov. Mytologi-import skulle, i alle fall i teorien, strengt tatt være unødvendig!

### 3.2.3 **Kulturminner og kulturmiljøer som markører av særpreg og annerledeshet**

Dagens kulturminneforvaltning bygger fortsatt sin virksomhet på nasjonale verdier og forestillinger om nasjonal identitet, men har i dag nedtonet tanken om nasjonal *enhet* og *harmon*i. I utredningen av en ny kulturminnepolitikk vektlegges det i stedet at kulturminner og kulturmiljøer viser et historisk, kulturelt og materielt *mangfold* (jf. MD 2002:34).

Arkeologen Brit Solli er en av dem som har argumentert for behovet for en slik nytenkning. Hun hevder at det *identitetsparadigmet* som så fullstendig dominerer i kulturminneforvaltningen må kastes på historiens skraphaug. I stedet bør det erstattes av et *annerledeshet- og forbløffelsesparadigme*:

Dette paradigmet vil også inneholde verdier i termer av tilhørighet og identitet, men ikke identitet i forhold til "våre forfedre", men til fortidens mennesker og landskap, til fortidens *antropologiske og økologiske mangfold* (Solli 1996:88).

I stedet for å være noe som binder oss sammen som en enhetlig nasjon, kan kulturminner og kulturmiljøer altså behandles som kilder til undring og forbløffelse; som noe som markerer oss som forskjellige. Denne forskjelligheten kan tydeliggjøres både i tid og i rom. På den ene siden er vi som lever i dag forskjellige fra de menneskene som tidligere har bodd innenfor dette landområdet som i dag heter Norge. På den andre siden er vi også forskjellige fra hverandre i dag, og vi bor i regioner, bygder og byer som er forskjellige.

En kulturminneforvaltning som baserer sin identitetsbygging på tanker om annerledeshet, framfor tanker om likhet og enhet, er forenlig med hvordan sentrale regionale utviklingsaktører tenker i dag. I organet for EUs bygdeutviklingsprogram skriver presidenten for Det Europeiske Rurale Universitet følgende:

The differences between regions, localities and villages, generations and social groups are mainly cultural; instead of aiming to remove them, or standing by while they become eroded, would it not

be more constructive to emphasize and promote them? Cultural development should no longer be considered as an optional extra, but rather a motor for economic and social development (Kayser, 1994).

Materialiteten, eller de fysiske/taktile sidene ved kulturminner og kulturmiljøer, gjør at de vil kunne utgjøre en visuell og umiddelbar del av det regionale særpreget. Slike markører kan også finnes innenfor immaterielle kulturuttrykk, for eksempel matkultur, dialekter og håndverkstradisjoner (Ray 1998:3). I et kulturøkonomisk perspektiv er det viktig å betrakte alle slike uttrykk som potensielle markører av særtrekk ved en region.

Identifikasjon av og bevisstgjøring av det unike og særegne ved en region blir i EUs store bygdeutviklingsprogram, LEADER, framholdt som en helt avgjørende dimensjon ved lokale utviklingsstrategier for fremtiden (LEADER II 2001:25). Roca hevder at utviklingsstrategier basert på lokal kultur og identitet "has become a sort of password on the road to sustainable rural development" (Roca 2000:1). Dette får empirisk støtte fra det EU-finansierte DORA-prosjektet som skal granske årsaken til økonomiske forskjeller mellom regioner med tilsynelatende like strategiske og demografiske utgangspunkt. Undersøkelsen viser at ulik økonomisk utvikling blant lokalsamfunn i Skottland, kan finne vesentlige forklaringer i faktorene lokal identitet, selvfølelse og lokal styring (Courtney et al. 2001).

### *3.2.3.1 Forteljinga om Telemark*

Slike effektar kjem likevel naudsyntvis ikkje av seg sjølve, men vil i stor grad avhenga av kor vidt forvaltingsnivået maktar å relatera einskildobjektet til heilskapen rundt. Telemarksforskning Bø gjorde hausten 2002 ein større studie av korleis nordmenn oppfattar og ser på Telemark (Lønning 2002b). Svare me fekk tyder på at me her står overfor ein kulturgeografisk region meir enn eit geografisk fylke. Telemark vert definert gjennom kulturelle kategoriar og forventningar henta frå bygdemiljø og bygderelaterte opplevingar. Med unnatak av Bø Sommarland og Telemarkskanalen, er det heller ingen spesielle einskildobjekt eller opplevingar som definerer regionen. Dei einskilde objekta, som t.d. konkrete kulturminne, får sin verdi gjennom det kulturmiljø som Telemark som heilskap representerer. Dei hentar sin kapital frå dei forventningar nordmenn har til Telemark, og blir og tolka som del av Telemark.

Med unnatak av nokre få spesielle einskildattraksjonar av meir nasjonal verdi, er det og slik kulturminne i Telemark må fremjast og "seljast" for å kunna nå fram og vinna legitimitet i dag: som uttrykk for lokalt og regionalt særpreg.

### *3.2.4 Riv ned gjerdene!*

Stiklestad Nasjonale Kultursenter er et eksempel på næringsutvikling basert på kulturarv. Kultursenteret er utviklet fra en ide som har sitt opphav i såkalte temaparker innenfor reiselivsutvikling med Disneyland som opphav. Kultursenteret oppstod i Norge på et tidspunkt der koblingene mellom kultur og næringsutvikling stod sterkt, ifølge Gjermund

Wollan (1997, 2000). Forretningsideen går ut på å gjenskape og konkretisere kulturminner som grunnlag for publikumsopplevelser. Olavskulten, mytene og historien om slaget på Stiklestad er det 'kanon' som danner grunnlaget for senteret. Senteret favner om kulturmiljøet på stedet, med historisk utstilling, kirke og kapell, et friluftsmuseum og et teaterverksted.

Bakgrunnen for de tettere koblingene mellom kulturarv og reiseliv er ifølge Wollan en utvikling mot en mer instrumentell kulturpolitikk som oppstod under Thatcher i 1980-åra. Den britiske løsningen ble etter hvert også en modell for hvordan det skulle satses på kulturarvturisme i Norge. I dette bildet står økonomisk tenkning sentralt.

Kulturarvturismen ble ansett å ha et økonomisk potensial som både kunne generere inntekter til fortsatt vernearbeid, bidra til bedrifters inntjening og skape sysselsetting (Herbert 1995). De siste punktene var spesielt viktige og fikk sterk politisk oppslutning i en tid med store strukturendringer i næringslivet. Satsning på kulturarv og reiseliv ble begrunnet med den store gjensidige nytteeffekten og en tilsynelatende grad av harmoni mellom bruk og vern. Reiselivet kunne slik få tilgang til kulturarvens objekter og mulighetene dette kunne gi for økt inntjening, samtidig som verneinteressene fikk politisk oppmerksomhet og direkte eller indirekte finansiell støtte til fortsatt vernearbeid.

Stiklestad Nasjonale Kultursenter er et aksjeselskap som eies av Verdal kommune og Nord-Trøndelag fylkeskommune. Stiklestadleidangen, som består av Telenor, Sparebank 1 Midt-Norge, Gilde, Aker Maritime og Hydro, sponser kultursenteret. Kulturarvturismen på Stiklestad er rettet mot å tilfredsstille menneskers behov i dag, og på tross av sponsorer og instrumentell bruk av kultur, gjør den dette med faglig tyngde og på en måte som er opplevelsesmessig sofistikert (Wollan 2000).

Kultursenteret kan således sies å ha element av en kulturøkonomisk tenking i seg, men likevel har kulturøkonomiske strategier langt videre muligheter gjennom å være et alternativ til forretningsdrift basert på inngjerdede objekter eller attraksjoner som er avgrenset i tid og rom.

Merkevaren *Bølakjøtt* i Nord-Trøndelag er i så måte et eksempel på et kulturøkonomisk fenomen som baserer seg på kulturminner, men som har fridd seg fra "inngjerdingstanken". Reinkjøttprodusenter i regionen har samlet seg i et nettverk under navnet *Bølakjøtt*, og selger nisjepreget, foredlet reinkjøtt for en høy pris til et tilsynelatende umettelig marked. Nettverket har valgt *Bølareinen*, den store helleristningen av en rein i området, som varemerke (Reinert 1997). Det spesifikke kulturminnet *Bølareinen* blir dermed "løftet opp" fra fjellgrunnen og forvandlet til et mytopoetisk ikon - et symbolinnhold som kan kapsles inn i reinkjøttet og som også flyter tilbake til regionen gjennom å bidra til fortellingen om denne.



Varene fra Bølakjøtt eller fra andre kulturøkonomiske entreprenører vil kunne finne et marked både hos lokalfolk og hos turister, fordi det lokale særpreget er viktig for begge disse gruppene. Dette skillet mellom turister og fastboende ligger til grunn for hvordan vi vanligvis tenker reiseliv, der de to gruppene rører seg i separate rom og er i marginal kontakt med hverandre (Lønning 2002a). Turismeforskere har påpekt at det skarpe skillet er lite heldig (jf. Viken 2001). Turismen bør ikke sees som en isolert arena i samfunnet, ettersom ”turistiske” og lokale aktiviteter finner sted om hverandre og er integrert i hverandre. Vi ønsker alle å være originale mennesker, vi ønsker å bo på originale steder, og vi ønsker at stedene vi drar til i ferien skal være originale – steder som ikke kunne vært hvor som helst i verden. Å konsumere opplevelser er viktig for oss alle – ikke bare når vi er i turistrollen, men også når vi er på hjemstedet. Samtidig innebærer det å være på reise ofte et ønske om å komme i kontakt med levende samfunn, ikke bare observere dette fra utsiden. Markedet for drømmer, opplevelser og identitet er med andre ord et marked der ”kundene” er både tilreisende og fastboende.

Kulturøkonomiske strategier forsøker å rive ned de mange gjerdene – i både fysisk, sosial og mental forstand – rundt kulturminner som objekter, mellom turister og lokalbefolkning, og mellom ulike næringsområder og sektorer.

### **3.2.5 Bærekraftig ressursutnyttelse**

Det kan virke vanskelig å drive kulturvern og kulturformidling i et miljø med politiske krav til økonomiske resultater. Forretningskultur som er bra i lys av økonomiske kriterier, representerer ofte en trussel når det gjelder forvaltning av kulturarv. Enkelte vil kanskje hevde at en sammenblanding av økonomi og kulturminner aldri vil kunne gi et resultat som går i kulturminnenes favør. Argumentet vil kanskje være at kulturminner og kulturmiljøer er ikke-fornybare ressurser som ikke tåler sterk næringsrettet bruk.

Her skiller likevel kulturøkonomi seg fra ordinær økonomisk tenkemåte ved at bærekraft ligger innebygd, ikke bare som et mål, men også som et viktig premiss for at strategien skal lykkes. For at prosessen skal ha bærekraft er det viktig at de bedriftene som nyttiggjør seg det lokale særpreget også har en bevissthet om at deres virksomhet skal virke fremmede på det samme. Det er åpenbart at et forflatende ”forbruk” av det kulturelle innholdet bedriftene i en kulturøkonomisk strategi baserer seg på, på sikt vil ødelegge grunnlaget også for økonomisk gevinst. Bedriftene har dermed egeninteresse i å bidra til å opprettholde og gjenskape den symbolkraften som ligger i de lokale ressursene. Det gjelder med andre ord å skape en god sirkel der kulturminners og kulturmiljøers symbolverdier brukes aktivt i næringsutvikling, og der dette danner grunnlag for ny interesse og videre engasjement for kulturminner og kulturmiljøer. På sikt skapes derfor mulighet for *ytterligere* symbolverdier.

### **3.2.6 Endogen utvikling, men med blikk for omverden**

Kulturøkonomiske strategier baserer seg på et prinsipp om endogen utvikling, det vil si at ethvert utviklingstiltak skal bygges på lokal deltakelse både i planlegging og iverksetting (Ray 1999:259). At tiltakene har utspring i det lokale, og dermed ikke er eksterne aktørers påfunn, er viktig for at lokalfolk skal få den nødvendige eiendomsfølelsen til utviklingsprosessen. Det er også avgjørende for at utviklingsprosessen skal ha en forankring i lokale ønsker (ibid).

Det vil alltid være et spenningsforhold mellom privatinteresser og fellesinteresser, og mellom lokale og nasjonale interesser. Erfaringer fra lokale mobiliseringsprosesser flere steder i landet viser at mistillit ofte avler mistillit, og at mangel på respekt ofte avler motstand og respektløshet (Krogh 1999). I lokale mobiliseringsprosesser er det derfor avgjørende at sentrale myndigheter – i denne sammenheng kulturminneforvaltningen – i høyere grad våger å gi slipp på kontrollen, fordi tillit og respekt kan gi tillit og respekt, og fordi reelt ansvar gir mulighet for å utvikle ansvarlighet (ibid:13).

Det lanserte forslaget om et økt lokalt ansvar for kulturminner og kulturmiljøer (MD 2001b, KRD 2001), er således svært interessant ut fra et kulturøkonomisk perspektiv. Kommunesatsingen innebærer en vektlegging av endogene utviklingsprosesser. I den forbindelse vil kulturminneforvaltningen måtte innta en rolle som veileder og samarbeidspartner, framfor kontrollør og rådgiver ovenfra og ned (Krogh 2002).

Vellykket lokal utvikling er endogen utvikling, altså utvikling som har sitt utspring i lokalbefolkningen. Men et sentralt suksesskriterium er at lokalbefolkningen orienterer seg til førende trender og strømninger i samfunnet, og at det bildet av stedet eller regionen som kommuniseres framstår som interessant og attraktivt for omverden (Lønning 2002b:16).

## 4 FORSKNINGS- OG KUNNSKAPSBEHOV

Det meste av det som er gjort av forskning på kulturøkonomiske strategier generelt henter sitt empiriske grunnlag fra EU-land. Telemarksforskning-Bø's strategiske instituttprogram om kulturøkonomi, *Trademark Telemark*, er et forsøk på å benytte denne kunnskapen og utvikle den videre slik at den kan være relevant for norske forhold. Kulturminner og kulturmiljøer inngår som en viktig del av det lokale kulturøkonomiske ressursgrunnlaget som dette instituttprogrammet fokuserer på. Som foreløpig eneste kompetansemiljø på kulturøkonomi i Norge, ønsker Telemarksforskning-Bø også å videreføre forskningen på integreringen av kulturminner/kulturmiljøer og kulturøkonomi. Vi trenger mer kunnskap om hvordan ulike kulturminner i seg selv, og som del av et større kulturmiljø, kan ha betydning som kulturøkonomiske ressurser. Det er også behov for å øke kunnskapen om samspillet mellom kulturvern og næringsutvikling; på hvilke områder kan det være motsetninger, og på hvilke områder kan disse strategiene understøtte hverandre? Hvordan kan kulturminneforvaltningen aktualiseres, og slik bli en bærekraftig utviklingsaktør som er i forkant av utviklingen?

Ansvar for ulike typer kulturminner og kulturmiljøer er i dag spredt på ulike forvaltningsinstanser på ulike nivåer. Det er derfor vanskelig å få oversikt og kunnskap som kan være grunnlag for en helhetlig forvaltning (Brandtzæg og Lønning 2001). Forskning på alternative forvaltningsmodeller og nye typer virkemidler lokalt, regionalt og sentralt vil være av stor betydning i tiden framover. Behovet for denne type forskning er blitt ytterligere forsterket etter at forslaget om et økt kommunalt ansvar for kulturminner og kulturmiljøer ble lansert (MD 2001b, KRD 2001).

Som en forlengelse av dette vil det være avgjørende å få gjennomført en systematisk analyse av hva som er suksesskriterier for å fremme lokal mobilisering med utgangspunkt i lokale ressurser og kunnskaper, deriblant kulturminner og kulturmiljøer.

Sentrale problemstillinger for Telemarksforskning Bø i det videre arbeidet vil derfor være bl.a.:

- Hvordan utvikle samarbeidsmodeller mellom lokale og sentrale myndigheter, samt mellom fagpersonell og lokalbefolkning?
- Hvordan oppleves kulturminner? Hvordan kan kulturminner skape drømmer og opplevelser som kan utnyttes i en kulturøkonomisk sammenheng?
- Hvordan kan kulturminner bidra til å utvikle historiefortellende og identitetsskapende produkter?
- Hvordan kan kulturminner være med på å definere kulturøkonomiske regioner på ulike geografiske nivåer?
- Hvordan bidrar kulturminner til å fremme lokal- og regional identitet?
- Hvordan integrere kulturminner og kulturmiljøer i regionale/lokale helhetlige utviklingsprosesser?

- Hvilke forvaltningsmodeller er best egnet til en slik integrering?
- Hvilke kunnskaper og ressurser besitter lokale historielag og andre relevante lokale organisasjoner som kan utnyttes i kulturøkonomisk satsing?

## 5 REFERANSER

- Bertelsen, Reidar, Christian Keller, Øyvind Lunde og A. K. Sandmo 1986: *Kulturminnevernets intensjon og funksjon*. Stensilserie B nr. 23. Universitetet i Tromsø.
- Bertelsen, Reidar, Mia Krogh, Jan Ove Mortensen og Marthe Pramli 1999: *Kunnskap om kulturminneforvaltning og holdninger til vern av faste kulturminner: Delrapport fra NFR-prosjektet "Vernet av faste kulturminner i skjæringen mellom tradisjon og modernitet"*. Stensilserie B nr. 55. Universitetet i Tromsø.
- Berkaak, Odd Are 1992: *Ressursbruk, bevaringsideologier og antikvarisk praksis i fartøyvernet*. Norsk Forening for Fartøyvern, Kolsås.
- Birkeland, Inger 1999: The mytho-poetic in northern travel. I David Crouch (ed.): *Leisure/Tourism Geographies. Practices and geographical knowledge*. London: Routledge.
- Brandtzæg, Bent Aslak og Dag Jørund Lønning 2001: *Spesielle tiltak i landbrukets kulturlandskap (STILK). Evaluering av tilskuddsordningen*. Rapport nr. 188, 2001. Telemarksforskning-Bø.
- Courtney, Paul, John Bryden, Jane Atterton, Keith Hart, Gillian Munro and Anja Timm 2001: Dynamics of Rural Areas: Local Responses to Globalisation. Conference Paper: RGS-IBG Conference, Plymouth, 02.-05.01.2001.
- Dahl, Otto Christian 2001: *Kulturminner: døde levninger eller levende minner? Om kulturminnevern, makt og etikk*. Hovedoppgave i kulturvitenskap. Universitetet i Bergen.
- Dale, Astrid E., 2001: *Det Mentale Landskap. Samspillet mellom mennesker og kulturlandskap på Ytre Lygra*. Hovedfagsoppgave i kulturvitenskap. Universitetet i Bergen.
- de Certeau, Michel 1984: *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Ellmeier, Andrea 2002: Cultural Entrepreneurialism: The Changing Relationships between the Arts, Culture and Employment. Paper lagt fram ved The Second International Conference on Cultural Policy Research 23.-26.januar 2002, Wellington.
- Eriksen, Anne 1999: *Historie, minne og myte*. Oslo: Pax forlag.
- Finne, Marie og Jørn Holme 2001: Kapittel I – Formål og virkeområde. Jørn Holme (red.): *Kulturminnevern. Lov, forvaltning, håndhevelse*. Bind II, kulturminneloven med kommentarer. Oslo: Økokrim. Utgitt i samarbeid med Miljøverndepartementet og Riksantikvaren.
- Gjestrum, John Aage og Marc Maure (red.) 1988: *Økomuseumsboka – identitet, økologi, deltakelse. Ei arbeidsbok om ny museologi*. Tromsø: Norsk ICOM.
- Hansen, Laila 2001: *Smak av fortid - forestillinger om tradisjonsmat*. Hovedoppgave i etnologi, Universitetet i Bergen.
- Haugsevje, Åsne Widskjold 2001: *Unyttighetens poesi. Om det meningsbærende ved vev i*

- det postmoderne*. Hovedfagsoppgave i kulturvitenskap. Universitetet i Bergen.
- Heelas, Paul 1992: *The Sacralization of the Self and New Age Capitalism*. N. Abercrombie and A. Warde (eds.): *Social Change in Contemporary Britain*. Cambridge.
- Herbert, D.T. 1995: *Heritage, Tourism and Society*. London: Mansell
- Jensen, Rolf 1999: *The Dream Society. How the coming shift from information to imagination will transform your business*. New York: McGraw-Hill.
- Johansen, Anders 1989: Ting, tid, identitet. *Syn og Segn*, 3/1989.
- Kayser, Bernard 1994: Culture, an important tool in rural development. *Leader Magazine*, Nr. 8, 1994.
- Klepp, Ingun Grimstad 1995: *På stier mellom natur og kultur. Turgåeres opplevelser av kulturlandskapet og deres synspunkter på vern*. Avhandling for dr. art.-graden. Institutt for kulturstudier, etnologi. Universitetet i Oslo.
- Kneafsey, Moya, 2000: Tourism, place identities and social relations in the European rural periphery. I *European Urban and Regional Studies*, Vol. 7, no. 1.
- Kneafsey, Moya, 2001: Rural cultural economy. Tourism and social relations. I *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, no. 3.
- Kommunal- og Regionaldepartementet (KRD) 2001: *Stortingsmelding nr. 31 (2000-2001): Kommune, fylke, stat – en bedre oppgavefordeling*.  
<http://odin.dep.no/krd/norsk/publ/stmeld/016001-040007/index-dok000-b-n-a.html>  
(besøkt 03.12.2002).
- Krogh, Erling 1999: *Lokal deltakelse som mål og virkemiddel*. Notat til kurset "Natur- og ressursforvaltning i teori og praksis. Kompetansegivende etterutdanningskurs for offentlige forvaltere", Høylandet 16.-18. mars 1999. Institutt for økonomi og samfunnsfag, Norges Landbrukshøgskole.
- Krogh, Erling 2002: *Fra kontrollør til katalysator – det nye kulturminnevernet*. Prosjektrapport avgitt 4. februar 2002 på oppdrag fra Miljøverndepartementet. EKRO Rådgivning Erling Krogh.
- Krogh, Mia Helena 1999: *Tradisjoner, landskap og folk: Om kulturminner og –vern i Berlevåg: Delrapport nr. 3 fra NFR-prosjektet "Vernet av faste kulturminner i skjæringen mellom tradisjon og modernitet*. Stensilserie B nr. 57. Universitetet i Tromsø.
- Kulturdepartementet (KD) 1996: *Noregs offentlege utgreiingar 1996:7. Museum. Mangfald, minne, møtestad*. Utgreiing frå eit utval som vart oppnemnt ved kongeleg resolusjon av 15. desember 1993. Avgjeven til Kulturdepartementet 22. mars 1996.
- LEADER II 2001: Global competitiveness of rural areas. Creating a territorial development strategy in the light of the LEADER experience. Brussels: LEADER European Observatory, February 2001.
- Lowenthal, David 1995 (1985): *The past is a foreign country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lønning, Dag Jørund, 2000: *Gøy på landet? Landbruk i ei postmoderne tid*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Lønning, Dag Jørund 2002a: Lokal kultur/kunnskap som grunnlag for næringsutvikling.

- Nytt satsingsområde for bygdene? *Landbruksøkonomisk Forum* 1/2002.
- Lønning, Dag Jørund 2002b: *Kva er Telemark? Nordmenn sine syn på Telemark, og korleis slike assosiasjonar kan brukast i lokal utvikling*. Arbeidsrapport nr. 9, 2002. Telemarksforskning-Bø.
- Magnus, Bi Five 1993: *Kom så skaper vi et kulturminne! Om en verneaksjon for et lokalt kulturminne*. Hovedfagsoppgave i etnologi. Universitetet i Oslo.
- Miljøverndepartementet (MD) 1992a: *Ot. prp. nr. 51 (1991-92): Om lov om endringer i lov av 9. juni 1978 nr. 50 om kulturminner*.
- Miljøverndepartementet (MD) 1992b: *Handlingsplan for kulturminneforvaltning*. Innstilling fra et utvalg oppnevnt av Miljøverndepartementet 7. september 1990, avgitt 5. februar 1992.
- Miljøverndepartementet (MD) 2001a (1978). *Lov om kulturminner av 09.06.1978 nr. 50*. <http://www.lovdatab.no/all/nl-19780609-050.html> (besøkt 13.11.2002).
- Miljøverndepartementet (MD) 2001b: *Stortingsmelding nr. 24 (2000-2001): Regjeringens miljøvernpolitikk og rikets miljøtilstand*. <http://odin.dep.no/md/norsk/publ/stmeld/022001-040006/index-hov001-b-n-a.html#hov1.1.5> (besøkt 03.12.2002).
- Miljøverndepartementet (MD) 2002: *Norges offentlige utredninger 2002:1. Fortid former framtid. Utfordringer i en ny kulturminnepolitikk*. Utredning fra kulturminneutvalget oppnevnt ved kongelig resolusjon 9. april 1999. Avgitt til Miljøverndepartementet 21. desember 2001.
- Mosaker, Lidunn 2001: *Tidsmaskina. Fortidsoppleveling i virtuell verkelegheit*. Hovedoppgåve i kulturvitskap, Universitetet i Bergen.
- Nygaard, Paal Even 2002: *Liver opp kulturminner*. *Sandefjords Blad Interaktiv, Nyheter fra Sandefjord og Vestfold*. 4. november 2002. <http://www.sandefjords-blad.no/apps/pbcs.dll/artikkel?Avis=SB&Dato=20021104&Kategori=KULTUR&Lopenr=310795&Ref=AR>
- Nygård, Bente 2001: *Forelsk deg i fortida. Ein kulturvitskapleg analyse av tematuristen og urban turisme i Europa*. Hovedoppgåve i etnologi, Universitetet i Bergen.
- OECD, 1995: *Niche Markets as a Rural Development Strategy*. Paris: OECD.
- Pine II, B. Joseph and James H. Gilmore 1999: *The Experience Economy. Work is Theathre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Pramli, Marthe 1999: *Kulturminner i Harstad, mellom forskning, forvaltning og befolkning: Delrapport nr. 3 fra NFR-prosjektet "Vernet av faste kulturminner i skjæringen mellom tradisjon og modernitet"*. Stensilserie B nr. 58. Universitetet i Tromsø.
- Ray, Christopher 1998: *Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development*. *Sociologia Ruralis. European Society for Rural Sociology*. Voume 38, No. 1, 1998. Side 3-20.
- Ray, Charles 1999: *Endogenous development in the era of reflexive modernity*. *Journal of rural studies*. Vol. 15, 1999. Oxford: Pergamon.
- Ray, Charles 2001: *Culture Economies: a perspective on local rural development in Europe*. Newcastle upon Tyne: Centre for Rural Economy.

- Reinert, Erik S. 1997: Jordbruk, Distriktsproblematikk og Økonomisk Teori: Schumpeteriansk konkurranse som middel til mangfold og velstand i jordbruket. *Norsk Investorforums skriftserie*. 1/1997.
- Riksantikvaren (RA) 2001: *Alle tiders kulturminner. Hvorfor og hvordan verner vi viktige kulturminner og kulturmiljøer?* Informasjonshefte.
- Ritzer, George 1999: *Enchanting a Disenchanted World. Revolutionizing the Means of Consumption*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press.
- Roca, Zoran 2000: *Local Identity, Globalisation and Rural Development: Searching for Empirical Evidence*. Conference Paper: European Policy at the Crossroads, 29.06-01.07.2000. The Arkleton Centre for Rural Development Research, King's College, University of Aberdeen.
- Rose, Nikolas 1992: Governing the enterprising self. Paul Heelas and Paul Morris: *The values of the enterprise culture: The moral debate*. London: Routledge.
- Skotheim, Hege (1999): *Fortiden som opplevelsesarena - Museenes aktivitetstilbud til samtidens publikum*. Hovedoppgave i etnologi, Universitetet i Bergen.
- Småland, Erik 1993: "det ektaste av alt": *Etablering av lokale vernepraksisar i fartyvernet*. Hovudfagsoppgåve i etnologi. Universitetet i Bergen.
- Solli, Brit 1996: Fortiden er et annet sted. *Norsk Antropologisk Tidsskrift* 2/1996. Side 79-90.
- Thu, Ragnhild 1996: *Vår nye bondekultur – når det moderne vert tradisjon: Ei etnologisk studie frå Jæren*. Hovudfagsoppgåve i etnologi. Universitetet i Bergen.
- Viken, Arvid 2001: Turismens tid. Arvid Viken (red.): *Turisme. Tradisjoner og trender*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Wollan, Gjermund 1997: Kultur, turisme og samfunn. Dr. philos-avhandling i geografi. Trondheim: NTNU
- Wollan, Gjermund 2000: Kulturarvturisme, geografi og etikk. Inger J. Birkeland og Bjørg Lien Hanssen (red.): *Menneskers rom*. Oslo: Unipub.



## Vedlegg 2

### *Verdiskaping med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer*

Notat 10.01.03, Karoline Daugstad, Norsk senter for bygdeforskning

---

Dette notatet drøfter koblingen mellom verdiskaping og kulturminner med særlig vekt på det som kan fremstå som **gode eksempler** på vellykket verdiskaping og **gode samarbeidsmodeller** for å lykkes. Notatet er ment som et grunnlag for diskusjon.

#### *Hva er vellykket verdiskaping?*

Et fokus på gode eksempler og samarbeid henger sammen med hva som legges i begrepet verdiskaping og hva som regnes som vellykket verdiskaping. Er de gode eksempler på verdiskaping der en tjener mest mulig penger? Der kulturminnet fremstår i god antikvarisk stand? Der en har fått økt fokus på kulturminnet i seg selv, historien det formidler eller stedet det befinner seg på? Der et lokalmiljø har blitt mer bevisst på "sine" kulturminner? Er verdiskaping det som gir nettogevinst og arbeidsplasser mens eventuelt uheldige konsekvenser av verdiskaping (slitasje, forsøpling) er et forvaltningsanliggende? Og er uheldige konsekvenser mest et spørsmål om manglende styring og for liten innsats på formidling og "opplæring" av kulturminnebesøkende, slik som Taksdal (1994) eksemplifiserer det med utgangspunkt i Garborgheimen i Time: *"Kjem det for mange? Det er ikkje talet som avgjer det, men bruken. Likegyldig bruk, busslaster av travle gjennomfartsturistar primært på handletur, ungdommar som rasar i trappene og veltar stolar, og antikvitetselskarar som må ta og løfte på alle lause gjenstandar, slike kan vera farlege om dei ikkje er mange"*<sup>1</sup>. Løsningen Taksdal foreskriver er aktivt tilsyn og ikke minst formidling. Et annet eksempel er 1700-tallsanlegget Per Amundsa-gården på Røros som eies og er satt i stand av Fortidsminneforeningen, og som i dag leies ut til medlemmer. Gården tåler ikke hardhendt bruk, *"det er en av grunnene til at vi i utgangspunktet bare leier ut til medlemmer av Fortidsminneforeningen. Folk som er interesserte i kulturminnevern, er flinke og bevisste*

---

<sup>1</sup> Taksdal, A. 1994: Å bruka eit kulturminne. Garborgheimen i Time. Årbok for Jærmuseet, s. 37-43.

*brukere*”, uttaler en av de mest sentrale i det lokale arbeidet<sup>2</sup>. Her er tilgangen til kulturminnet Per Amundsa-gården begrenset til de få utvalgte.

Når fokus rettes mot verdiskaping basert på kulturminner er det relevant å trekke inn verdiskapingsdebatten rundt naturområder og -verdier. ”Å tjene penger på nasjonalparken” – dette er nytt i norsk sammenheng, men vi ser her en debatt som arbeider seg fram i takt med at mer areal blir vernet og at de tradisjonelle bygdenæringer er nedagående. Det er interessant å se hvordan verdiskaping defineres og omtales i en slik sammenheng. Blant annet gjennomføres ”Naturbruksprosjektet” i regi av Fylkesmannens miljøvernnavdeling i Sogn og Fjordane<sup>3</sup>. Med utgangspunkt i Jostedalsbreen nasjonalpark og omliggende bygder ser en i dette prosjektet på økonomiske ringvirkninger av vernede områder, potensiale for ny næringsutvikling i randsonene til vernede områder, og gjennomføring av konkrete næringsutviklingstiltak. Prosjektet har som utgangspunkt at potensialet for bruk av nasjonalparker og andre naturvernrområder som tåler bruk er underutnyttet. Dette blir ekstra tydelig når trendene i reiselivet viser økende etterspørsel etter temareiser, natur- og kulturbaserte tilbud. I stor grad er det her en felles ”nisje” med basis i både naturverdier og kulturminner og med flere felles grunnleggende utfordringer – blant annet diskusjoner rundt hvem er vernede områder for: Som ressurs for et lokalsamfunn eller som verdi for nasjonen? Og hvem skal kunne tjene penger på kulturminnet og dermed kanskje ”bruke det opp”?

En drøfting av verdiskaping og kulturminner kan også favne vidt i betydning hva menes med ressursen en tar utgangspunkt i. Kulturminner i Kulturminnelovens forstand er alle spor etter menneskelig virksomhet i vårt fysiske miljø, herunder lokaliteter det knytter seg historiske hendelser, tro eller tradisjon til. Kulturmiljø er i loven definert som områder hvor kulturminner inngår som del av større helhet eller sammenheng. Videre kan også landskapet betraktes som kulturminne, blant annet har NIKU gjennomført et strategisk instituttprogram med tittel ”Landskapet som kulturminne” hvor metodikk for og vurdering av historisk landskapsanalyse har vært sentralt<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Se Strickert, J. 2002: Tømmer som taler. Fortidsvern, nr. 4/02, s. 16-19.

<sup>3</sup> Se blant annet artikkel av Dybwad, T. 2002: Naturvern og næringsutvikling, UTMARK 2002-2, og Dybwad, T. 2002: Naturbruksprosjektet; vern, bruk og næring. I Austad, I. og Ådland, E. (red): Kulturminner, kulturlandskap og kultur-turisme. Bergen Museums skrifter nr. 11, s. 81-91.

<sup>4</sup> Se sluttrapport fra programmet: Skar, B. (red.) 2002: Strategisk instituttprogram 1996-2001 Landskapet som kulturminne, NIKU hefte 121.

Noen kulturminner er mer ”innlysende” eller fattbare enn andre, mens noen kulturspor krever mer enn almen kunnskap både for å ses og forstås. Biologiske kulturminner har vist seg å være en stor utfordring både med hensyn til bevisstheten rundt å ikke ødelegge slike kvaliteter ved utbygging og andre inngrep, men også hva gjelder potensiale for kultur-turisme. Gamle kulturmarker overses av fagetater, politikere og folk flest hevdes det. Vi har mer dokumentasjon på og kunnskap om det umiddelbart synlige og forståelige, f. eks. vegfar, rydningsrøyer og steingjerder, enn om en kulturbetinget slåttengsflora som ofte krever litt mer forklaring enn det som kan påregnes som ”almen” viten – dette påpekes i en seminarrapport fra seminaret ”Kulturminner, kulturlandskap og kultur-turisme” i Sogndal i 2000<sup>5</sup>.

Ikke alle kulturminner er utviklingsbare. Noen er svært sårbare - et grelt eksempel er helleristningsfelt som ødelegges av overskriving, inskripsjoner og tegninger. Slike problemstillinger drøftes i over nevnte seminarrapport.

### *Gode eksempler på verdiskaping basert på kulturminner og -miljøer*

Det er ikke vanskelig å finne eksempler på verdiskaping og kulturminner. Det er heller snakk om hva en vil illustrere eller ikke gjennom bruk av eksempler. Utfordringer for en norsk virkelighet kan også illustreres ved eksempler fra utlandet, blant annet finnes en rekke relevante studier og litteratur rundt koblingen cultural heritage – world heritage – tourism<sup>6</sup>, og det er også mye relevant materiale å hente spesielt fra en britisk sammenheng (drøftinger rundt autentisitet, kulturarv og ulike former form bruk/aktivisering).

Gode eksempler på verdiskaping kan dekke et vidt spekter:

- Eksempler fra ulike typer kulturminner (gårdsmiljø, industrimiljø, bymiljø), fra ulike etniske sammenhenger (samisk, kvensk osv.), fra ulike geografiske områder (kyst, innland, nord, sør), og fra ulike tidsepoker.

---

<sup>5</sup> Austad, I. og Ådland, E. 2002: Kulturminner, kulturlandskap og kultur-turisme. Bergen museums skrifter nr. 11.

<sup>6</sup> Eksempelvis Nordic world heritage office 1999: Sustainable tourism and cultural heritage, og Shackey, M. (eds.) 1998: Visitor management. Case studies from World Heritage Sites.

- Fra de mest håndfaste kulturminner (bygninger eller andre bygde strukturer) til matkultur, husflid og håndverk, fortellinger og sagn, og kulturminne i form av kunnskap om bruk og ressursutnytting.
- Eksempler fra ”tette og tydelige” kulturminner/-miljø (eksempelvis bydel, gårdstun, kirke) til utydelige eller spredte kulturminner (eksempelvis dyregrav eller andre fangstinnretninger i fjellområder, utmarksbygninger, tømmerfløtningsystemer, gamle slåttemarkar).
- Eksempler som tar utgangspunkt i ett avgrenset kulturminne (eksempelvis bolig til kjent kunstner, kirkebygg) eller hvor et helt landskap eller ei bygd er ”besøksmålet”.
- Verdiskaping av ulikt omfang (variasjon i omsetningstall, antall besøkende osv.).
- Verdiskaping som enkeltforetak eller felles for flere (aksjeselskap, utmarkslag, reiselivsoperatør).
- Verdiskaping som tilleggsnæring og verdiskaping som hovedaktivitet for næringsutøveren/-e.

De fleste dokumenterte eksempler på verdiskaping og kulturminner omhandler bygde miljøer. Det finnes en rekke veiledningshefter som spesielt går på bygningsmiljø og avveininger i forhold til ny bruk i gamle bygninger<sup>7</sup>. En typisk funksjonsendring eller modernisering er til bruk innen turisme. Mange av eksemplene i slike veiledere er hentet fra landbruks- eller gårdsmiljø. Heftene er rettet mot eiere eller brukere, og til instanser som driver rådgivning, planlegging og forvaltning av bygningsmiljø.

Utgangspunktet er ofte ønske om tilleggsnæringer, en bygningsmasse som enten er ute av bruk (kårbolig eller eldre bolighus), eller som tenkes omdisponert fra dagens bruk. Gårdsturismen inngår som regel i et bygnings- og bomiljø hvor næringsdrifta og eiers boligfunksjon kombineres. Ofte er eiers ønske om å vedlikeholde bygningene tydelig, og ny inntjening kan gi mulighet til det. Slikt veiledningsmateriale tar opp avveiningen mellom antikvariske eller bygningshistoriske interesser og de krav og ønsker som ligger i selve næringsvirksomheten. Veiledningsheftene gir konkrete råd i forhold til byggeprosesser, planlegging, tilskuddsordninger osv.

---

<sup>7</sup> Eksempelvis Aarstrand, K. og Johnsen, S. (udatert): Verdier under tak, Statens landbruksbank og NLH-fagtjenesten, og SINTEF Bygg og miljøteknikk 1997: Bygdeturisme på kulturhistorisk grunn. I tillegg en rekke veiledningshefter utgitt av Fortidsminneforeningen og Riksantikvaren.

Disse eksempelsamlingene har et fellesmoment i forhold til markedssegment og kundegrupper når det er snakk om bygdeturisme med utgangspunkt i eldre bygningsanlegg: Helhet, ekthet og tradisjon er gjennomgående for hva de besøkende ser som kvaliteter. Selve livet i bygda eller på gården, rammen rundt stedet en besøker, er en del av attraksjonen. Videre at de besøkende søker noe ekte, de ønsker et innblikk i tradisjoner og det virkelig levde liv på stedet, og å føle seg som personlige gjester. Altså er nærkontakt med vertsfolket viktig: Folk er ikke ute etter tomme kulisser (gjelder både bygninger og landskap) men vil ha opplevelser og kunnskap. En spørreundersøkelse gjort blant besøkende på flere gårdsturismetilbud i Oppdalsområdet viser at folk er fornøyd med enkel standard men vil ha kvalitet i forhold til vedlikehold og tradisjonspreg. *”Velholdte bygninger er viktigere enn bad på rommet”*, er en konklusjon fra undersøkelsen<sup>8</sup>. Det arkitektfaglige miljøet som har gjort undersøkelsen understreker viktigheten av å være klar over eksklusiviteten i denne type turisme hvor det ekte, personlige og tradisjonelle veier opp for enkel standard. De som oppsøker slike tilbud vil nettopp ikke ha hotellstandard, de vil ha ”noe annet”. Dette viser at begrepet kvalitet i forbindelse med turisme i kulturhistoriske anlegg må gis et annet innhold enn for hotellturismen. Et slikt syn fremmes også av reiselivssjef i Hedmark som til bladet Fortidsvern uttaler at *”en vernet, godt vedlikeholdt bygning på en gård med en levende gårdskultur, gir en helt annen opplevelse enn et tradisjonelt hotell. For bonden er dette ensbetydende med å kunne ta ut en høyere pris for sine tjenester og tilbud, forutsatt at de har et kvalitetsprodukt de kan tilby gjestene. I så fall blir det en positiv vekselvirkning”*<sup>9</sup>. Et nærliggende moment å bringe inn i forhold til slike betraktninger er om verdiskaping basert på kulturminneverdier blir forbeholdt ”de få innvidde” eller de som har riktig ballast, bakgrunn eller oppførsel (jfr. tidligere eksempel fra Garborgheimen og Røros). Dette kan stå i motsetning til det som ofte hevdes at ved å tilgjengeliggjøre kulturminner for befolkningen, slik en gjør i mange verdiskapingstiltak, så formidles kulturminnevern til nye befolkningsgrupper.

Verdiskaping i retning ekte og tradisjonsbundne gårds- eller bygdeturismetiltak setter krav til de som skal utvikle de gode tilbudene; som oftest er dette gårdbrukerne eller –eierne selv. Flere undersøkelser viser at bønder nødvendigvis ikke er bekvemme i rollen som turistvert<sup>10</sup>. Drøftinger av autenticitet eller ekthet er en del av dette, en tydelig illustrasjon kan være

---

<sup>8</sup> SINTEF Bygg og miljøteknikk 1997: Bygdeturisme på kulturhistorisk grunn.

<sup>9</sup> Bruk gir bedre vern. Fortidsvern 4/02, s. 22.

<sup>10</sup> For oversikt se Daugstad, K., Ringdal, S., Rønningen, K. and Skar, B. 2002: Agriculture and cultural heritage. Centre for Rural Research, report no 7/02.

frykten for ”bonderomantiske kulisser” hvor mat-, kles- og husflidstradisjoner fra ”gamle dager” fremstilles på en tilstrebet nasjonalromantisk og billedskjønn måte<sup>11</sup>.

I heftet ”Verdier under tak” utgitt av Statens landbruksbank og NLH-fagtjenesten<sup>12</sup> er målet gjennom konkrete eksempler å synliggjøre gevinstene ved gjenbruk av gamle hus. Eksempelene går på omdisponering av både bolighus, driftsbygninger, lagerlokaler, seterhus til næringsvirksomhet eller formidling (museumsfunksjon). Ett eksempel tar for seg et verneverdig gårdsanlegg hvor bygninger er tilrettelagt for turisme med servering, salg og gårdsmuseum. Videre gis det råd om organisering av tiltak, eksempelvis at det er viktig med grundig planlegging, å sette konkrete delmål, samarbeide godt med rådgivere og forvaltningsorgan, trekke inn lokale krefter og få fram et samarbeid lokalt. Blant annet har gårdeier i ett av tiltakene som presenteres vært med å stifte et lokalt reiselivslag ut fra et behov for å samordne de ressurser som finnes i kommunen med hensyn til kulturtilbud, museer, overnatting og servering. Også i andre eksempler som presenteres er vektlegging av lokal forankring av tiltaket tydelig i betydning av at det en setter i gang med skal være noe som lokalsamfunnet eller bygda slutter opp om.

En rekke rapporter fra ulike prosjekter som har hatt ny/endret bruk av bygningsmiljøer som tema er utgitt av arkitektfaglige miljø ved SINTEF. Nye bruksområder er i hovedsak knyttet til turisme<sup>13</sup>, men også noen andre eksempler som ombygging av eldre driftsbygning til husflidsproduksjon og fjøs omgjort til salgslokale<sup>14</sup>. Dette er ikke fredede eller verneverdige anlegg, men bygningene eller bygningsmiljøene er vurdert ut fra Riksantikvarens veiledningsmateriale om verneverdier og kriterieoppsett<sup>15</sup>. Tålegrenser for endring drøftes, både fysisk, antikvarisk, økonomisk, sosialt og med tanke på helhetlig opplevelsesverdi. I noen av eksemplene går vurderingene og anbefalingene også på organisering av satsingene,

---

<sup>11</sup> Slike problemstillinger belyses blant annet i Daugstad, K. 1999: Mellom romantikk og realisme – om seterlandskapet som ideal og realitet. Doktoravhandling i geografi, NTNU. Senter for bygdeforskning, rapport nr. 16/99.

<sup>12</sup> Aarstrand, K. og Johnsen, S. (udatert): Verdier under tak.

<sup>13</sup> Eksempelvis Grytli, E. 1996: Kulturminner og reiseliv. Delrapport B1: Sammendragsrapport. SINTEF Bygg og miljøteknikk, og Grytli, E. 2002: Ny bruk av eldre bygninger. Delrapport: Vernehensyn ved ny bruk. SINTEF Bygg og miljø. Et eksempel på studentarbeider ved NTNU tilknyttet SINTEF-prosjekter er Egeland, B., Sundlisæter, M., Lund-Roland, H., Lile, R. og Rian, B. A. 1995: Bygdeturisme i Storlidalen. Rapport fra videregående særkurs i bygningsvern, Institutt for arkitekturhistorie, NTNU.

<sup>14</sup> Grytli, E. 1996: Kulturminner og reiseliv. Delrapport A4. SINTEF Arkitektur og byggteknikk, og Grytli, E. 2002: Drøppingtunet i Tingvoll. SINTEF Bygg og miljø.

<sup>15</sup> Riksantikvaren 1987: Verneverdi og utvelgelseskriterier, og Riksantikvaren 2001: Alle tiders kulturminner.

og anbefalinger i retning samspill mellom små reiselivsaktører, kontakt til lokalt reiselivslag eller DNT.

Kulturminner og turisme i verneverdig kystbebyggelse er studert i en hovedfagsoppgave i arkitektur ved NTNU<sup>16</sup>. Blant annet med utgangspunkt i fiskeværet Håholmen på Nordmørskysten som i dag utbygd til et omfattende turistanlegg, drøftes forholdet mellom verneverdier og næringsvirksomhet. Fiskeværet ble drevet til rundt 1960, de siste fastboende flyttet fra Håholmen i 1976, og fra 1983 har det blitt arbeidet med satsinger innen kulturformidling og turisme. I dag drives Håholmen av sjøfareren Ragnar Torseth som turiststed, kurs- og konferansesenter med utgangspunkt både i gamle bygninger og en rekke nybygg. Ut fra bygningsvern hensyn konkluderer rapporten med at de nye bygningene har svekket miljøverdiene på stedet, blant annet gjennom en betydelig fortetting av bygningsmassen, og gjort det vanskelig å få en forståelse av hvordan arealene tidligere har vært utnyttet → lesbarheten er svekket. Videre er nye hus oppført som ”liksomkopier” av gamle rorbuer, noe som gjør bygningsmassen mer ensartet enn det tidligere varierte bygningsmiljøet og som også gir *”et slags kulissepreg av staffasje og tilfeldig valgte stilhistoriske elementer”*, sies det. Forfatterne av rapporten uttaler ganske friskt at *”Håholmen er i dag så forfinet, så nymalt, oppstasa, blankpolert og lekker at man knapt kan forestille seg tanken på fiskeslo og grove fiskernever, tranproduksjon, sildesalting eller tilvirking av klippfisk. Håholmen har blitt altfor fint til å være troverdig”*. Ut fra hensynet til Håholmen som kulturmiljø rent bygningsvernmessig vurdert har turismen vært uheldig konkluderer forfatterne, men det betyr ikke at Håholmen i dag er uten kvaliteter: Her er et intimt bygningsmiljø, gode serveringssteder, flotte omgivelser, og en rekke opplevelsestilbud for de besøkende. Turisme som næring i utkantsamfunn med få alternative næringer er videre et gode generelt, men i tilfelle Håholmen er faktisk eiers egen konklusjon at det å kombinere reiselivsvirksomhet i et verneverdig bygningsmiljø som dette med lønnsom drift innen turisme nærmest ikke er mulig. Dermed er Håholmen trolig ikke et eksempel til etterfølgelse men en interessant dokumentasjon på tålegrenser for verdiskaping basert på kulturminner/-miljøer. Om omfattende bygningsforfall ville vært det sannsynlige alternativ til dagens drift og hvordan et ”ekte” men forfalt bygningsmiljø dermed ville vurderes som kulturminne er også et moment som må trekkes inn.

---

<sup>16</sup> Iversen, H. S. og Moen, I. J. B. 1999: Kulturminner og turisme – studier av turistnæringens innvirkning på verneverdig kystbebyggelse på Nordmøre. Hovedoppgave ved Fakultetet for arkitektur, plan og billedkunst, NTNU.

Et eksempel på verdiskaping som noe annet enn turisme og med et industrikulturmiljø som utgangspunkt er ”omformingen” av bygningsmassen tilhørende Trondheim mekaniske verksteder (TMV) til ”Solsiden” med kjøpesenter, kafe- og restaurantvirksomhet. I dette bygningskomplekset, som består av en sambygging av nybygg og eldre bygg, er det i dag 30 butikker, 12 serveringssteder, kontorer og noen boliger. SINTEF Bygg og miljø har (i samarbeid med flere andre miljøer) studert denne funksjonsendringen og blant annet gjort vurderinger fra et kulturminnefaglig ståsted<sup>17</sup>. Etter at verkstedsdrifta ble nedlagt i 1983 ble området regulert til spesialområde bevaring i 1986. Området betegnes som et komplett, industrihistorisk miljø av stor interesse - særlig med lokal betydning. Noen av bygningene omtales som unike industrihistoriske kulturminner. Reguleringsplanen legger opp til at bygningene skal få et nytt indre liv og brukes til publikumsrettet virksomhet. Faggruppen som har vurdert utbyggingssaken konkluderer med at her har utbygger forholdt seg til hovedtrekkene i reguleringsbestemmelsene. Utbygger omtales også som interessert i anleggets miljøkvaliteter knyttet til industrihistorien og det eksisterende bygningsmiljø. Likevel er en del foreslåtte løsninger i tråd med vern forkastet ut fra økonomiske vurderinger. Med hensyn til behandling av utearealene er det industrielle preget i stor grad ivaretatt, selv om noen tiltak har ”pyntet” på historien ved å forskjønne deler av miljøet fra et autentisk men ”stygt” preg til noe som er mer publikumsvennlig. Med hensyn til forholdet mellom gamle og nye bygninger er den nye bebyggelsen for dominerende i forhold til det eksisterende miljø. Eksteriørmessig er mye av det gamle på de eksisterende bygningene bevart, men interiøret er i svært liten grad intakt, noe som klart reduserer TMV-hallenes verdi som kulturminne vesentlig. Prosjektgruppen gir følgende avsluttende kommentar: *”Det har aldri vært noe alternativ å frede TMV eller etablere et museum på industriområdet. Det har hele tiden ligget i kortene at bygningene og området skulle omdisponeres og ny bruk skulle innpasses. Dette er nødvendig å ha i betraktning når man drøfter det oppnådde mot det ideelle i forhold til vern. Bygningene er i bruk og representerer fortsatt en ressurs. Dette er en overordnet målsetting også for kulturminnevernet, og kompromisser er alltid nødvendig i slike prosjekter. Prosjektgruppen har vist vilje til å integrere vern i planlegging og utnyttelse av anlegget, men resultatet viser at denne intensjonen bare har tyngde så lenge dette ikke hindrer eller begrenser maksimal utnyttelse”*. TMV-området kan slik være et godt eksempel på hva som

---

<sup>17</sup> Nesje, A., Hansen, G., Grytli, E. og Dokka, T. D. 2002: Ny bruk av eldre bygninger – Delrapport 2: TMV-hallene på Solsiden, Nedre Elvehavn. SINTEF Bygg og miljø.



realistisk sett er mulig å få i en avveining mellom bruk og vern med utgangspunkt i et kulturmiljø i et byområde hvor tomteverdien er høy og utbyggingsinteressene svært tydelige.

### *Om samarbeid, allianser og nettverk*

I den foregående delen med omtale av ”gode eksempler” er samarbeid, organisering og nettverk i forhold til verdiskaping og kulturminner berørt, men i det følgende vil dette belyses nærmere. Erfaringer rundt samarbeid kan blant annet hentes fra en del satsinger som er gjort på verdiskaping i form av bygdeturisme. Bygdeturisme eller småskala reiselivs-/turismevirksomhet i bygder har siden midten av 1980-tallet vært et offentlig satsingsområde, og en rekke prosjekter og tiltak av ulike art har vært gjennomført. Erfaringer fra flere tiltak viser en tendens til at hver bygd har som utgangspunkt at den er spesiell, særpreget og unik, like særpreget og unik som nabobygda som skiltes med omtrent de samme kvalitetene. Dessuten har det også ofte vært en overdreven tro på hvor ”enkelt” det er å komme inn på markedet, mens erfaringene har vist at små bygdeturismeaktører ofte ikke når frem i forhold til markedsføringsopplegg for det mer etablerte reiselivet. Nettverksbygging og lokal organisering har blitt fremhevet som viktig, der hver virksomhet ser sitt bidrag inn i en større helhet (i kommunen, regionen, dalføret). Nettverksdanning og organisering gir fordeler økonomisk (samarbeide om markedsføring osv.), pluss at tilbudet fremstår som mer ”pakket” og synlig. Samarbeid gjør det også lettere å få til temasatsinger og å tilby pakker til hoteller. Videre fremholdes det at samarbeid skaper et faglig miljø, og at samarbeid kan forhindre eventuell konkurranse og konflikter.

Erfaringer med samarbeid og organisering er blant annet fremkommet gjennom ”Nasjonalt prøveprosjekt i reiseliv og bygdeturisme”, gjennomført i perioden 1993 til 1996 i regi av Røros reiselivslag, og med nedslagsfelt i fire bygder i fire kommuner i regionen. Målet med prosjektet var, med Rørosregionen som eksempel, å sikre utvikling av en bygdeturisme til beste for bygdene, få til en etablering, produktutvikling og markedsføring av bygdeturismeprodukter som gir lønnsom drift og varige arbeidsplasser, og knytte

bygdeturismen sammen med det eksisterende reiseliv. Prosjektet ble evaluert og en rapport fra evalueringen ble utgitt i 1997<sup>18</sup>.

En viktig lærdom fra prøveprosjektet er knyttet til samarbeid og samhandling, både mellom reiselivslaget og de fire bygdene, mellom bygdene, og mellom det øvrige reiseliv og bygdeturismetiltakene (prosjektet har hatt en krevende organisasjonsstruktur med prosjektledelse og –koordinering ved Reiselivslaget, og med en prosjektleder i deltidstilling i hver av bygdene). Evalueringen viser at det å opparbeide en felles plattform hvor de involverte aktører diskuterer mål, hvor strategier gis tilslutning, ansvarsfordeling og forventninger klargjøres, er avgjørende for at koordinerte satsinger skal lykkes. Dette er blant annet nødvendig for at endringer i kurs eller strammere målstyring som ofte må gjøres underveis i et prosjekt skal aksepteres av alle parter. Videre peker evaluatoren på utfordringer som ligger i småskala aktivitet som sådan, blant annet i forhold til enkeltaktørers behov, betalingsvillighet og –evne, og den mer profesjonelle reiselivsaktørens behov og krav til infrastruktur, kvalitetssikring, informasjon og profilering som nødvendige deler i et godt helhetsprodukt. Rent konkret ga dette seg utslag i misnøye med ressursfordelingen i prosjektet hvor en god del midler ble lagt til reiselivslaget sentralt, og en mindre del til de enkelte bygder hvor de konkrete tiltakene skulle utvikles og gjennomføres. Enkeltaktørene så ikke samme behov for infrastruktur på regionalt hold, og så heller ikke at ressursbruk der ville tjene egne behov. Rapporten konkluderer slik: *”Finansieringen av fellesgodeelementene vil være et kronisk problem både på grunn av tendensen næringsutøverne har til å opptre som gratispassasjerer, og fordi interessespriket vil gjøre prioritering vanskelig. Nøkkel til løsning av disse problemene vil ligge i at fellesgodene sikres finansiering som er stabil og relativt uavhengig av bedriftene, og at viktige prioriteringer også løstes fra bedriftsnivået – og bygdenivået – og gjøres ut fra faglig autoritet og markedskompetente vurderinger”*<sup>19</sup>. Et annet poeng er at temasatsinger som går utover hver enkelt bygd (eksempelvis bergverkshistorie for Rørosområdet) krever at en regional aktør ivaretar og styrer en slik satsing. Videre ble det i prøveprosjektet gjort ulike erfaringer på å koble bygdeturismen til det øvrige reiseliv. Noen opplevde dette som tungt og lite fruktbart (hotellene har overnattingsdøgnene som gir mest penger, bygdeturismetiltakene blir dagsutfluktsmål for hotellgjestene som legger lite penger

---

<sup>18</sup> Daugstad, K. og Ruderaas, A. B. 1997: Nasjonalt prøveprosjekt i reiseliv og bygdeturisme – Hva lærte vi? Rapport avgitt til Nærings- og handelsdepartementet og Landbruksdepartementet.

<sup>19</sup> Understrekingen av behovet for infrastruktur og hvordan denne skal finansieres er også pekt på av Fossen, A. 1995: Bygdeturisme i Hedmark. NILF-rapport 1995:5.

igjen). Uansett er en nøkkel til suksess å ha godt utviklede produkter, tid til å arbeide med selve koblingene, og ha realistiske forventninger.

Bygder som har en etablert organisering fra før kommer lengre i utviklingen av konkrete tiltak enn bygder med dårlig organisering, dette ble svært tydelig demonstrert i prøveprosjektet hvor bygdene var på ulike ”utviklingsnivå”. For den dårligst organiserte bygda ble satsingen på bygdeturisme, som nasjonalt prøveprosjekt var ment som, mer en hjelp til generell bygdeutvikling → resultatet ble utvikling av en bygdeorganisasjon. Den lokale prosjektleders oppsummering etter over 3 år med prøveprosjekt var ”det er først nå vi er kommet i gang”. Andre bygder med en organisasjon på plass brukte ressursene fra prøveprosjektet til spissing av temaprodukter, utvidelse eller ”pakking” av eksisterende tilbud.

Felles for en rekke studier eller evalueringer hvor en har satt fokus på tiltaksarbeid, turisme og bygdeutvikling er å vektlegge betydningen av ildsjeler og dugnadsånd. Dette er sikkert en reell men kanskje litt sårbar strategi? Hva med det offentliges rolle? Hva med partnerskap som i seg selv blir ”ildfulle”? Kan ildsjel-funksjonen profesjonaliseres – eller dør da initiativet? Det ligger en utfordring i å ta vare på og synliggjøre ildsjel-innsats som er viktig og riktig, men samtidig unngå å skape en oppfatning av at viktige samfunnsoppgaver kan løses ved ildsjelers gratis innsats og dermed dra fokuset vekk fra det større samfunnsansvar som både vern, bruk og utvikling av kulturminner og –miljøer er. Et annet suksesskriterium som fremheves er ”de små skritt” i betydning en gradvis utvikling og oppbygging av tiltaket uten for store investeringshopp. Dette kan stå i motsetning til behovet for stor både arbeids- og kapitalinnsats på gitte strategiske tidspunkt i et tiltaks historie.

En vanlig form for ”partnerskap” når det gjelder tiltak innen bygdeturisme eller bygdeutvikling generelt er at staten/det offentlige går inn med penger til enkeltaktører eller organisasjoner og slik delfinansierer et tiltak, mens egeninnsatsen til tiltakshaver er ofte arbeidstimer. Eksempel på en slik allianse er virkemidler innen landbruket som blant annet går til verdiskaping innen turisme med utgangspunkt i kulturmiljøer eller kulturlandskap. De såkalte STILK-midlene, ”Tilskudd til spesielle tiltak i landbrukets kulturlandskap med freda og verneverdige bygninger”, er ment å skulle motivere til ekstra innsats for å utnytte og vedlikeholde kulturminner og –miljøer, landskap og bygninger tilknyttet landbrukseiendommer som ikke kan påregnes ivaretatt gjennom ”vanlig” landbruksdrift. Generelt regnes ordningen som vellykket, den har bidratt til økt kunnskap om og interesse for

kulturminner i landbrukssegmentet og har også en positiv effekt for publikum forøvrig<sup>20</sup>. En relativt stor andel av midlene går til bygninger. Her er det et krav til at bygningene inngår i en eller annen form for næringsvirksomhet – ofte turismerelatert. Videre er det et krav for å få midler at gården skal være berettiget produksjonstilskudd, med andre ord at gården er i drift. Det har vært påpekt at STILK-ordningen dermed kan definere ut mange av de mest verdifulle områdene eller objektene fordi disse nettopp er knyttet til marginale eller ekstensive arealer som allerede har gått ut av bruk. Dette er klart dokumentert fra botanisk hold hvor en rekke truede arter som er avhengig av aktiv drift og skjøtsel for å eksistere, befinner seg på de mest ekstensive arealene (eksempelvis hamnehager, stølsområder, øyer)<sup>21</sup>. For tema verdiskaping og kulturminner er STILK-midlene et eksempel på at landbruksmyndigheter og næringsutøvere i samarbeid legger til rette for økonomisk verdiskaping hvor kulturminner, -miljøer og –landskap skal vedlikeholdes, men med de skjevheter som kan ligge i dette systemet i forhold til typer kulturminner eller arealer som er aktuelle for støtte.

Også for tema samarbeid og allianser knyttet til verdiskaping og kulturminner/-miljø kan det være relevante erfaringer å hente fra utlandet. Ett eksempel er omtale av ulike skjøtselstiltak gjennomført i nasjonalparker og landskapsvernområder i alpelandene Italia, Østerrike og Slovenia som presenteres i en rapport fra det før nevnte seminaret om kulturminner, kulturlandskap og kulturturisme i Sogndal i 2000<sup>22</sup>. I Italia får lokale gårdbrukere betalt fra det offentlige for å drive skjøtsel i områder som er vernet, og slik kan de forsvare å opprettholde landbruksdrifta samtidig som nasjonalparken eller landskapsvernområdet bevarer sitt særpreg. Andre gårdbrukere får betalt for å sende dyra på beite til nedlagte slåttemark og stølsområder. I Østerrike er det en ekstraintekt for gårdbrukeren å få betalt for å slå og fjerne graset fra gamle slåttenger for slik å opprettholde den kulturbetingede floraen. I Slovenia er rovdryfaren så stor at sau må beite på inngjerdet areal. Bønder får betalt for å la dyra beite på nedlagte stølsvoller, som inngår i fritt utmarksbeite, og betalingen muliggjør å leie en gjeter for å se etter buskaper. Dermed drives husdyrholdet på en god måte samtidig som områder som ellers vil gro igjen holdes åpne.

---

<sup>20</sup> Daugstad, K., Ringdal, S., Rønningen, K. and Skar, B. 2002: Agriculture and cultural heritage. Centre for Rural Research, report no 7/02.

<sup>21</sup> Disse problemstillingene fremmes blant annet i en kronikk i Nationen 21.11.02, skrevet av 3 biologer.

<sup>22</sup> Bergum, N. E. 2002: Bygdeutvikling i alpeland Italia, Austerrike og Slovenia. I Austad, I. og Ådland, E. (red): Kulturminner, kulturlandskap og kultur-turisme. Bergen Museums skrifter nr. 11, s. 72-80.

## Vedlegg 3

Notat, januar 2003. Frode Kann, NIBR

# Om mulighetene for økonomisk verdiskaping i tilknytning til kulturminner og kulturmiljøer

*Innspill om verdivalg og andre forutsetninger om ressursbruk for å oppnå samfunnsmessig nytte av satsting på det kulturelle området*

## 1. Innledning

Følgende formulering er sakset fra den henvendelse NIBR mottok om nærmere utredning av verdiskaping i tilknytning til kulturminner og kulturmiljøer:

- ”Målet med prosjektet er
- å frembringe kunnskap som skal gi styret for Kulturminnefondet et godt grunnlag for å arbeide i forhold til næringslivet med sikte på å få fram gode prosjekter
  - å konkretisere og operasjonalisere begrepet verdiskaping i forhold til kulturminner og kulturmiljøer
  - å få fram kunnskap om verdiskaping som kan brukes i arbeidet med stortingsmelding om kulturminnepolitikken
  - gjennom konkretisering av verdiskapingsbegrepet, gi innspill til arbeidsgruppen i Norges forskningsråd som ser på kunnskapsbehov på kulturminnefeltet.

Under dette omfattende målet, er NIBR bedt om et innspill med tanker om hvordan vi kan operasjonalisere verdiskapingsbegrepet for hensiktsmessig bruk innen spesielt kulturminnefeltet. Som innfallsvinkel til dette har vi forsøkt å drøfte aspekter ved om vi eventuelt kan måle hvordan kulturelle uttrykk bidrar til økonomisk verdiskaping. Dette fordrer først at vi drøfter selve verdibegrepet, og hvordan *verdier* som fenomen i seg selv kan ledes inn i og leses ut av en økonomisk uttrykksform.

Fokus legges på forståelse av verdiskaping i relasjon til kultur, med antydning av hvordan dette kan operasjonaliseres, blant annet med tanke på å inngå som element i en kommende stortingsmelding. Vi påpeker valg for hvordan vi kan nærme oss hensiktsmessige former for verdsetting av kulturminner og kulturmiljøer, og vi drøfter noen ulike aspekter av økonomisk verdiskaping i tilknytning til nærmere avgrensede kulturelle forekomster. Emnet er omfattende, samtidig som det bare i liten grad er vektlagt i økonomiske studier. Framstillingen er derfor langt mer antydende enn veiledende for hvordan kulturverdier bør håndteres innenfor en økonomisk kontekst, og den er langt fra fullstendig.

For å få en kortere syntaks, er *forekomst av et kulturminne eller et kulturmiljø* også betegnet som kulturelt *fenomen* eller *uttrykk* i teksten. Framstillingen bærer preg av å være en første tilnærming, med et sannsynlig behov for endringer og suppleringer underveis i arbeidet. Det reises en rekke spørsmål som berører flere og til dels omfattende temaer. Det er nok derfor behov for en mer hardhendt avgrensning av fokus for en innledende studie omkring verdsetting av kulturminner og kulturmiljøer.

## **1.1 Den kulturelle ”stemningen” i samfunnet**

Et ønske om nettopp å synliggjøre det antatte bidraget til økonomisk verdiskaping som genereres i tilknytning til kulturelle fenomen, kan tolkes som at den kulturelle ”stemningen” i samfunnet tilsier nokså klart fokus på materielle verdier (som kan måles ved en *relativ* sammenlignende vurdering). Ønsket bygger nok i stor grad på en mer eller mindre velformulert, underliggende strømning eller stemningsbølge der bevissthet om utnytting av knappe ressurser fordrer at de fleste områder i hverdagen underlegges en felles norm for hvordan spesielt offentlige ressurser skal prioriteres til ulike formål. Det er med andre ord ønsket om å synliggjøre en ”forsvarlig” bruk av midler som i stadig økende grad kreves innenfor den rådende samfunnskultur. Dette gjelder ikke bare Norge, men også i de fleste land med en velutbygd offentlig eller halvoffentlig sektor i kombinasjon med kapitalistiske styringsprinsipper for økonomien.

Samtidig bygger behovet for en utdyping og konkretisering av ”kulturøkonomi” også på en erkjennelse av at kunnskaps- og informasjonssamfunnet kan trekke vekslers på de omgivelser dets produksjon inngår i; at ikke bare håndfaste ytre størrelser som tilgang på råvarer og arbeidskraft, infrastruktur og avsetningsmuligheter virker inn på produksjonsresultater, men at også den øvrige kontekst har betydning for hvordan produksjonen lykkes. Her kan forekomsten av kulturelle fenomener ha en viss betydning, og det er denne eventuelle betydningen som nå forsøkes synliggjort i form av mer eller mindre håndfast økonomisk kvantifisering.

## **2. Verdibegrep**

Underlag for plassering av den kulturelle vurdering og eventuelle kvantifisering.

### **2.1 Grunnleggende spørsmål**

Noen vesentlige sider ved både verdi- og kulturbegrepene trenger en avklaring. Vi må ta stilling til hvilke aspekter vi vil legge vekt på, ettersom begge disse begrepsklassene i utgangspunktet kan være nærmest altomfattende. Noen relevante spørsmål: Kulturelle verdier; ja, hva ellers? Hvordan tenke seg verdier uten kulturell forankring og støtte? Finnes det i det hele tatt ”ukulturelle” verdier: Er det mulig å måle en verdi uavhengig av kulturell kontekst? Er det ikke slik at en hver form for verdier og verdiskapning betinges av den kulturelle kontekst de inngår i?

Det er behov for en drøfting av selve verdiskapningsbegrepet, i utgangspunktet med referanse til en filosofisk innfallsvinkel, men i praksis mer rettet mot en vurdering av i hvilken grad økonomiske og ikke-økonomiske forhold skal tas med i begrepet, og om mulighetene for å tallfeste (om ikke kardinalt, så i alle fall ordinalt) også ikke-økonomiske forhold for å kunne se dem i forhold til hverandre.

Begrepet *verdiskapning* er i seg selv ikke noe entydig uttrykk for hvordan økonomiske og ikke-økonomiske forhold kan verdsettes. En hver avgrensning av begrepet legger føringer for hvilke (sett eller klasser av) verdier som foretrekkes framfor andre, og hvilke verdier som eventuelt utelukkes eller også trekkes i negativ retning. Noe av problematikken består også i at enkelte verdier kan stå i mer eller

mindre direkte motsats til hverandre, ved at en forekomst av et fenomen kan vurderes høyst ulikt av den eller de som berøres av forekomsten. Ved vurdering av kunstverk støter man for eksempel slett ikke sjelden på nokså moststridende synspunkter om hvorvidt verket er til gagn eller mer eller mindre skade. Arkeologiske utgravninger og/eller bevaringsverdige kulturuttrykk på en næringsregulert tomt representerer også ofte en slik interessemotsetning.

Som underlag for en vurdering av begrepet i tilknytning til kulturminner og kulturmiljøer, synes det dermed relevant å gå ”et skritt tilbake” og drøfte begrepet på mer generelt grunnlag, for nettopp å trekke veksler på mer allmenne vurderinger som allerede finnes, gjerne i publiserte studier. Prosjektrammen utelukker imidlertid en dyptpløyende gjennomgang. Vi må derfor ta en rekke grunnleggende verdivurderinger for gitt, for heller å konsentrere oss om hvilke aspekter som synes hensiktsmessige for vurdering av kulturelle fenomener.

Poenget med å relatere verdier til bestemte fenomener, er å kunne gi dem en form for forrang framfor andre fenomener. Går vi dessuten videre til å gradere den verdien vi fastsetter for hvert fenomen, kan vi også rangere dem innbyrdes. For at verdisetet skal være meningsfullt for et allment publikum, trenger vi en forståelse av hvilken kultur de aktuelle verdiene er vurdert innenfor, dvs. en idé om hvorfor, hvordan og av hvem verdsettingen er foretatt.

Her kan det være relevant med typologier. Det er (visstnok) foretatt interessante studier av dette innenfor det som betegnes som vår ”kulturarv” (se under artikkelen *Report on Research*). Her et sitat (s.7–8) i fri oversettelse:

”*Kulturell signifikans* er det begrepet som det bevaringsinteresserte fagmiljøet har brukt for å omtale og innbefatte flerfoldige verdier som tillegges enkeltobjekter, bygninger eller landskap. [...] [V]erdiene har blitt delt inn i kategorier som estetiske, religiøse, politiske, økonomiske osv. [...] Selv om typologiene varierer innenfor ulike disipliner, er de alle sammen forsøk på en stilisert tilnærming til det svært komplekse temaet.”

Bare det å benevne noe som kulturelt høyverdig, bidrar i seg selv til å tillegge fenomenet en ny mening og verdi. Dermed kan man faktisk hevde å skape en verdi rett og slett ved å omtale den. Slik er det imidlertid også med alle andre fenomener. For at verdiene skal få en mer håndfast betydning for ressursanvendelse, produksjon og måling av dette, kreves det en langt klarere definert vurdering.

## **2.2 Betingede verdier**

De faktiske – eller eventuelt økonomiske – verdier vi tillegger et kulturelt uttrykk, har sitt utspring i og er betinget av den eller de verdiskalaene vi legger til grunn. Det er neppe mulig å tenke seg noe mer universelle verdier enn som så. Så lenge det finnes ulike verdiskalaer å måle verdien langs, så som estetikk, historie, religiøst innhold, sosial identitet mv., vil vi også normalt komme til ulike svar med hensyn til hvor stor verdien av fenomenet er (hvis den i det hele tatt lar seg sammenligne med noe annet i en gitt kontekst). Et resultat av dette er at ikke er mulig å ”oversette” alle de ulike fasettene til en allmenngyldig materialistisk norm som for eksempel økonomiske termer.

Selv innenfor én enkelt dimensjon, for eksempel den estetiske, kan det være vanskelig nok å finne fram til et en felles verdifastsetting: Om vi tenker oss et bestemt, geografisk avgrenset lokalmiljø, der alle aktører (dvs. mennesker med en direkte tilknytning til eller relevans for miljøet) kan tillegges en oppfatning om et kulturelt uttrykk på et gitt tidspunkt, vil vi likevel kunne støte på aktører med verdimeessig helt uforenlige syn på et kulturelt uttrykk i lokalmiljøet, basert på ulikheter i egen referansebakgrunn.

En ytterligere komplikasjon i verdifastsettingen er muligheten for vurdering av andre kulturelle uttrykk, både innenfor og utenfor nærmere angitte temaer, tidsepoker eller retninger. Dersom forekomsten er unik i sitt slag, vil den fort kunne verdsettes høyere enn om det finnes mange andre forekomster av lignende slag. Drøfting av dette kommer imidlertid delvis inn under et tema som behandles senere i notatet; alternativ ressursbruk, som krever at man tar stilling til hvilke merverdier som kan forventes gjennom alternativ bruk av resurser.

### **2.3 Kortsiktige og langsiktige verdier**

Ressursanvendelse som på kort sikt fører til håndfaste, positive økonomiske resultater er gjerne lettere å argumenter for enn mer langsiktige og mindre håndgripelige frukter av ressursprioritering. Her vil det likevel være åpenbare behov for vurderinger om hva som egentlig er ”lønnsomt” på lang sikt.

For i det hele tatt å forvalte et kulturelt uttrykk basert på vår tids egen verdiforståelse, må vi også ha et innblikk i hvordan verdier kommer til uttrykk, hva som er bakgrunnen for dem og kunne drøfte uttrykkets *kulturelle signifikans*. Dette er kanskje likevel ikke nok til samtidig også å skulle ta høyde for en mulig forpliktelse om også å ivareta et uttrykk for framtidige generasjoner. I vår egen (kulturelle) del av verden er vi nokså vant med å ta slike hensyn med i vurderinger, men det mest prominente ferske eksemplet på at slike hensyn må vike i andre kulturer, finner vi kanskje i Afghanistan, der en gruppe personer i 2001 fant noen eldgamle buddha-statuer helt uforenlige med sin egen kultur og heller ikke ville ta høyde for at andre kunne ha en annen oppfatning i framtida.

### **2.4 Målbarhet uten pengemessig referanse?**

Når vi i denne sammenheng fokuserer på rent økonomiske forhold, tenker vi også først og fremst på verdier som materielle uttrykk for den merinntekt som følger av ulike former for anvendelse av ressurser som arbeid og kapital (der kapital gjerne omfatter nesten ”alt” som det svares en form for ”avlønning” av – og som samtidig ikke klart defineres som arbeid). En rent opplevelsesmessig eller annen form for iboende verdi, som ikke kan nedfelles i en økonomisk verdsetting i form av et materielt uttrykk, blir ikke tatt hensyn til i et slikt verdibegrep. Dermed utelukkes en rekke mulige former for verdier. Først når en opplevelse, kvalitet eller verdi kan verifiseres gjennom et eller annet materielt uttrykk, vil den ha en karakter som gjør den plausibel i økonomisk sammenheng.

Et argument for å avgrense de relevante verdier til størrelser som helt eller delvis kan uttrykkes gjennom materielle referanser, er at dette er størrelser der det er oppnådd en form for objektiv – eller i alle fall i noen grad offisiell, felles godtatt – bestemmelse av den aktuelle verdien. Det gjør det langt enklere å se den aktuelle verdien i



sammenheng med andre verdier, for på denne måten bedre å kunne lage et mer helhetlig bilde av et nærmere angitt samfunn på et bestemt tidspunkt.

Hvor langt kan en måle verdien av et fenomen i kroner og øre, i observerbar nytte eller annen form for (ikke-pengemessig) lønnsomhet? For at det skal være mulig å plassere slike distinkte verdier i mer pekuniære rammer, kreves det at det er etablert et referansesystem for vurdering av kvalitetene ved et fenomen, der aktuelle kvaliteter kan settes i nokså direkte, relativ sammenheng med andre fenomen og deres verdier. Et slik referansesystem må kunne inkorporere nokså ulike former for verdier, og det vil fort kunne bli behov for omfattende tillempling for å få det til. I denne prosessen er det en opplagt fare for ”å kaste barnet ut med badevannet”.

Det finnes forhold som vanskelig lar seg tallfeste i tilstrekkelig grad til at det er mulig å gi dem en konkret økonomisk vurdering. Samtidig kan de ha kvaliteter som er vesentlige og kanskje strengt nødvendige for at andre verdier skal kunne realiseres. I grenselandet her finner vi størrelser der det gjerne er vanskelig – eller i alle fall forbundet med stor uenighet – å tilordne verdiene tilstrekkelig entydige eller allment akseptable kronebeløp, til tross for at det kanskje eksisterer allment utbredt enighet om at fenomenet kan verdsettes nokså eksplisitt. Et mulig eksempel her er kanskje kunstverk, som ofte bare vurderes enkeltvis og av et publikum som ikke direkte etterspør kvalitetene ved verket med basis i egne midler (men i stedet gjennom eksempelvis offentlige innkjøp eller som publikum på utstillinger). Her kan vi kanskje trekke fram et fenomen som Vigelandsparken i Oslo; en skulpturpark der de kunstneriske kvaliteter har vært og sikkert fortsatt er omdiskutert, men der forekomsten uomtvistelig fungerer som et positivt element når det gjelder å trekke utenlandske turister til hovedstaden.

## **2.5 Prissetting**

Det er likevel ikke nok at det kan argumenteres for at det er *mulig* med en slik verifisering. For at en potensiell verdi skal kunne tas hensyn til, må den manifesteres som en økonomisk størrelse. For at vi også skal kunne foreta en analyse av om og eventuelt også i hvilken grad en slik størrelse virker inn i forhold til andre fenomener, må den dertil være *målbar*. Den må kunne vurderes i forhold til øvrige verdier som vektlegges i samfunnet, og den må dermed kunne plasseres innenfor en mer eller mindre allmenn referanseramme. I prinsippet er det mulig å tenke seg at vi kan verdsette det kulturelle uttrykket utelukkende gjennom å relatere det til den til en hver tid gjeldende kontekst det inngår i. I praksis blir dette raskt uoverkommelig, og det blir påkrevd med en vurdering som også kan være gyldig utenfor en gitt, enkeltstående kontekst. Dermed kommer vi fort over i en pengemessig vurdering av kulturuttrykket. Et slikt sprang har klare svakheter, ved at vi stort sett må begrense oss til å vektlegge elementer som vi kan finne hensiktsmessige pekuniære uttrykk for. Fordelene er like åpenbare, ved at når et slike pekuniært uttrykk først er etablert, så har vi en målestokk som (i prinsippet) gjør det mulig å sammenligne verdien av uttrykket med en rekke andre typer verdier. Verdsetting i form av pekuniære uttrykk synes å være tidstypisk både for 1990-tallet og inneværende tiår, og dermed også ”politisk korrekt”. Slik sett vil prissetting av kulturuttrykk kunne anses som en akseptabel referanseramme i dagens samfunn, så lenge vi ønsker å sammenligne ulike (sett av) verdier og måle for eksempel verdiskaping.

En videre vurdering av hvordan relevante priser blir til, indikerer at mer eller mindre gode uttrykk for tilbud og etterspørsel etter varer og tjenester (for eksempel i form av opplevelser), former nivået på de uttrykk vi ønsker å sammenligne. Den tidstypiske kvantifiseringen tilsier at *markedet* brukes som rettesnor for vurderingene. Basert på en oppfatning av at det finnes et tilstrekkelig antall tilbydere av en vare eller tjeneste, så vil betalingsvilligheten blant konsumenter sørge for at det genereres en pris som fører til produksjon og omsetning av den aktuelle varen eller tjenesten. Innen økonomisk markedsteori kreves det normalt at en slik omsetning foregår i åpne, ordnede former der samtlige deler av publikum ("samfunnet") har god oversikt over, og også kan delta i prosessen. Når det gjelder kulturelle uttrykk, vil en "markedsløsning" ha sine svakheter, bl.a. fordi både tilbuds- og etterspørselssiden kan være svakt definert og ofte ikke benytter sin egen kjøpekraft som målestokk for preferansene. Både tilbud og etterspørsel kan dermed settes enten for høyt eller for lavt i forhold til den tilpasning som best gjenspeiler aktørenes samlede ønsker. Innen økonomisk teori betegnes dette med et samlebegrep for *markedsimperfeksjoner*, noe som innebærer at markedet alene ikke makter å finne den samfunnsmessig beste kombinasjon av mengde og pris. Det er likevel dessverre vanskelig å finne hensiktsmessige alternativer, siden også andre former for verdsetting er heftet med minst like store svakheter.

Vi vil derfor benytte oss av en nokså allment akseptert form for avgrensning, der vi legger vekt på at omsetning i et mer eller mindre veldefinert marked danner grunnlag for å kvantifisere den økonomiske verdiskapningen. Her "oversettes" verdier til økonomiske størrelser ved prising, gjerne i form av kronebeløp. På denne måten blir det mulig å sammenligne ulike verdier. I hvert enkelt tilfelle er det likevel diskutabelt om den fastsatte prisen er den riktige, eller om den ut fra en hensiktsmessig målestokk burde vært korrigert. Priser er bare uttrykk for et bytteforhold som kjøper og/eller selger ønsker å foreta en transaksjon ved på et gitt tidspunkt. En slik mangel på allmenngyldighet kan lett medføre at prisen slett ikke er noe godt uttrykk for en mer "objektiv" vurdering av verdien av det omsatte gode, sett i forhold til andre typer transaksjoner.

Det er mange svakheter forbundet med å støtte seg til "markedet" som retningsgivende for verdifastsetting til nærmest hvilket som helst gode. Én type svakhet som gjerne kommer til syne i forbindelse med kulturelle fenomener, er at det gjerne er svak kobling mellom den som betaler for og den som mottar nytteverdien av den produksjon som genereres. Dermed gjenspeiles kanskje bare i liten grad den faktiske verdien som produksjon i tilknytning til et kulturelt uttrykk er ment å skulle ivareta. Dette innebærer ikke automatisk at produksjonen blir for høy i forhold til nytteverdien; de kulturelle "varer og tjenester" bærer ofte preg av å i noen grad å være offentlig tilgjengelige goder, der et "marked" alene ikke ville vært i stand til å omsette den bakenforliggende ("virkelige") verdien til et fenomen, men der det offentlige gjennom å bruke fellesskapets ressurser kan sørge for at den "riktige" verdien realiseres.

I praksis vil det likevel være en nokså uoverkommelig oppgave å skulle vurdere og korrigere priser som vi observerer i "markedet", ettersom vi antar at nettopp dette markedet er den kanal som best mulig ivaretar muligheten for å fastsette et passende bytteforhold.

## **2.6 Ressursbruk på kultur**

Essensen ved en slik tilnærming er – i økonomisk sammenheng – det faktum at vi står overfor et fenomen som er karakterisert som et kulturelt uttrykk, og at det samtidig foregår aktiviteter i tilknytning til dette fenomenet av en slik karakter at det legger beslag på og utnytter ressurser som det ellers ville være mulig å finne en (annen type) økonomisk anvendelse for: Gitt at vi for eksempel har en akademiker som bruker sin tid på studier av utvalgte kulturminner, til og med uten at vedkommende mottar noen form for godtgjørelse for innsatsen fra andre, og dersom det kan sannsynliggjøres at den samme personen også (i det minste teoretisk) kunne utført andre typer arbeid innenfor det samme tidsrommet som brukes til kulturminnestudiet, da aner vi at den aktuelle innsatsen har en form for økonomisk fortolkning for samfunnet. I utgangspunktet er det med andre ord tilstrekkelig å påpeke erkjennelsen av et fenomen, og at det samtidig finnes elementer (eller ”ressurser” i økonomisk terminologi) som anvendes i relasjon til fenomenet, for at vi skal kunne komme på sporet av samfunnsmessig verdiskaping.

Alle former for aktivitet som kan defineres inn under denne sfæren, vil direkte eller indirekte medvirke til en eller annen form for verdiskaping relatert til kulturen. I første omgang vil mange elementer bare ha en eksplisitt kostnadsside, for eksempel i form av lønnsutgifter til personer som engasjeres av det offentlige til å ivareta kulturelle formål. Verdien av en slik innsats oppnås i første omgang som sysselsetting. Om dette tolkes som en positiv virkning (blant annet ved at vi ser bort fra alternativ anvendelse av den samme arbeidskraften), finner vi et nokså direkte målbart uttrykk for i alle fall en del av det kulturelle uttrykket. Det er ikke dermed gitt at denne verdien overstiger den kostnaden som er forbundet med å opprettholde en slik form for sysselsetting. Det illustrerer typisk et problem som vi generelt kommer ut for ved vurdering av alle former for såkalt verdiskaping: Mange fenomener registreres som verdiskaping per definisjon, og uten at det er foretatt en konkret vurdering av hvert enkelt tilfelle om dette er forhold som burde kvalifisere for betegnelsen, ut fra de kriterier vi egentlig ønsker å legge til grunn for å måle en form for nettopp verdiskaping.

## **2.7 Nasjonalregnskapets definisjoner som referanse**

En avgrensning av økonomisk verdiskaping innenfor de retningslinjer som allerede er trukket opp i for eksempel nasjonalregnskapet (NR), kan være nærliggende å bruke som utgangspunkt for vår tilnærming om forholdet til kulturelle uttrykk. For beregning av verdiskapingen inngår det flere størrelser, blant annet i form av skatter og subsidier og andre korreksjonsfaktorer. Vi fokuserer imidlertid bare på essensen: De viktigste størrelsene som inngår ved fastsetting av verdiskapingen, er begrepene produksjon og produktinnsats. Det siste trekkes fra det første for å beregne den (mer)verdi som er skapt som følge av produksjonsprosessen. I NR er *produksjon* definert som

*verdien av varer og tjenester fra innenlandsk produksjonsaktivitet, dvs. fra markedsrettet virksomhet, produksjon for eget bruk og ikke-markedsrettet virksomhet i offentlig forvaltning og i ideelle organisasjoner.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> SSB 1996 (NOS C 338). side 9

Videre er produktinnsatsen definert som

*verdien av anvendte innsatsvarer og –tjenester i innenlandsk produksjonsaktivitet, unntatt kapitalslit (bruk av fast realkapital).<sup>2</sup>*

Her er ordet *verdi* brukt og underforstått (allerede i utgangspunktet!) som tallfestede kronebeløp. Det er også viktig å merke seg at produksjonen her ikke nødvendigvis er det samme som *kjøpet* eller *salget* av de samme varer og tjenester. I den nærmere omtalen av de begreper som inngår i definisjonene, heter det også at *definisjonene av hva som skal regnes som markedsrettet og ikke-markedsrettet produksjon baseres på diverse kriterier*. Videre kan det såkalte kapitalslitet forstås som endring i beholdningen (gjørne i form av bruksverdien) av produksjonsutstyr og (annen) fast eiendom, noe som i sin tur i stor grad fastlegges ut fra formelle retningslinjer. Som komponent i denne beholdningen kan det også inngå ulike former for *immateriell kapital*, tidstypisk eksemplifisert ved dataprogramvare. Selv med nokså klare presiseringer av hva som legges inn i et operativt begrep for verdiskapingen, ser vi derfor at det fremdeles er store rom for variasjoner i tolkning av både hvilke komponenter som skal inngå og hvordan størrelsen på dem skal fastsettes.

Komponenter som inngår i det som til en hver tid defineres som verdiskaping, kan variere med formålet. Også i nasjonalregnskapssammenheng foretas det revisjoner med oppdateringer ut fra hva som synes hensiktsmessig i forhold til utviklingen i sammensetningen av økonomien og for bedre sammenlignbarhet med andre standarder, kanskje først og fremst med tanke på internasjonal tilpasning. Dette er slett ikke problemfritt: Mer kriminalitet, med økt politiinnsats som resultat, innebærer en økning i verdiskapingen. Det samme gjelder for økt helse- og miljøvernrelatert beredskap. Om vi trekker analogien inn i forhold til kulturelle fenomen, finner vi at mer innsats i kartlegging, tilrettelegging og administrasjon av slike fenomen bidrar til økt verdiskaping, i seg selv og *uavhengig* av eventuell øvrig nytteverdi, dersom vi legger NRs definisjoner til grunn for vurderingen. Eksemplene viser tydelig at til tross for en håndfast ressursbruk og målbare, positive resultater av ressursanvendelsen, så er det viktig å vurdere kritisk hvilket referansesystem de aktuelle verdiene inngår i.

### **3. Alternativ ressursbruk**

Kunne ressurser anvendt på ”kultur” gi bedre verdimeessig avkastning på andre fronter, enten helt utenom ”den kulturelle sfære” eller også på andre kulturelle uttrykk?

#### **3.1 Anvendelse av kulturelle uttrykk basert på ulike verdsett**

I hvilken grad innsatsen bærer tilstrekkelige frukter til å kunne overstige verdien av alternativ ressursanvendelse, er kanskje det springende punktet for å gi en interessant vurdering av den verdiskaping som finner sted i relasjon til et kulturelt uttrykk. Dette er helt og holdent bestemt av den kontekst fenomenet inngår i. Om man befinner seg i et samfunn der kulturelle kvaliteter tillegges stor vekt, blir det relativt enklere å se verdien av ressursanvendelse på området, enn dersom samfunnets holdning i mindre grad er seg bevisst de aktuelle kulturelle uttrykk. Denne argumentasjonen peker i retning av å underbygge at det neppe finnes noen mer eller mindre overordnede økonomiske ”lover” som tilsier en bestemt verdsettning av kulturuttrykk. Når det

---

<sup>2</sup> *ibid.*

kommer til stykket, vil en hver tilordnet verdi bare være et (om enn komplekst sammensatt) uttrykk for i hvor stor grad samfunnet rundt setter pris på det aktuelle fenomenet.

Alternativ-bruken er alltid et relevant aspekt ved vurdering av en hver ressursbruk. Som bakgrunn for et verdibegrep og ressursbruk i tilknytning til kulturminner, bør dette settes inn i en større sammenheng, der en også velger å vurdere annen bruk av de samme ressursene. Her støter vi fort på et sterkt behov for prioriteringer, der vesensforskjellige hensyn settes opp mot hverandre, noe som også gjerne bunner i grunnleggende verdivalg. Allmenngyldige konklusjoner om verdsetting synes dermed vanskelig, men det er likevel viktig å påpeke og hvis mulig også foreta en viss grenseoppgang mot slike bakenforliggende forhold.

Den typiske innfallsvinkel ved en begrenset (økonomisk) studie, er imidlertid at verdien alternativ ressursbruk ikke vurderes eksplisitt, men i stedet forutsettes gitt i form av at slik *alternativ verdi er konstant og uavhengig av ressursbruk på det konkrete området*. Den økonomiske verdien av de ressurser som går med, gjenspeiles til en hver tid og til et hvert formål som identisk med kostnaden av anvendte ressurser. Dermed forutsettes det at anvendelse til et konkret formål kan forsvares økonomisk dersom (den økte) nytten som oppnås er minst like stor som kostnaden ved å realisere formålet. I dette prosjektet vil vi legge en slik innfallsvinkel til grunn. Vi forutsetter med andre ord at vurderingen av et kulturelt fenomen ikke samtidig innvirker på vår vurdering av andre fenomener, men bare behandles som en isolert forekomst. Dette er en dramatisk forenkling, men i praksis kanskje eneste farbare vei for å komme fram til en operativ avgrensning av verdiskapning i tilknytning til kulturelle uttrykk.

Dersom vi ikke skal ta høyde for alternativ utnytting, og dersom vi heller ikke skal vurdere fenomenets potensielle, framtidige verdi, står vi igjen med en langt enklere oppgave, der den mulige verdiskapningen baseres på å bruke ressurser på et allerede eksisterende fenomen. Uten å endre vesentlig på det kulturelle uttrykket ved fenomenet, ønsker vi så å vurdere i hvilken grad vi kan bruke uttrykket som en produksjonsfaktor for en økonomisk målbar merverdi. Dette innebærer med andre ord en isolert betraktning av fenomenet, der vi antar situasjonen for gitt og uten alternativt potensial som kulturelt fenomen. Det eneste relevante alternativet som gjenstår er da å unnlate å bruke ressurser på å ivareta eller fremme uttrykket.

Selv med en slik forenkling unngår vi imidlertid ikke helt å berøre en drøfting av alternativ bruk. Om vi for eksempel står overfor en arkeologisk utgravning som berører næringsinteresser, kan det virke urimelig ikke å ta hensyn til at den tid et næringsareal båndlegges av kulturelle hensyn, faktisk innebærer en kostnad som følge av for eksempel utsatt byggestart. Vi velger med andre ord allerede i utgangspunktet å se bort fra at for eksempel arkeologene kunne bidratt til annen og kanskje større verdiskapning som kulturformidlere i helt andre sammenhenger enn å bruke tid og krefter på den aktuelle utgravningen. Samtidig kan vi ikke lukke øynene for at utgravningen kan føre til et dokumenterbart økonomisk tap for involverte næringsinteresser.

### **3.2 Innbyrdes kulturell prioritering**

Alternativ anvendelse blir ikke særlig vektlagt i dette notatet. En hver anvendelse innebærer faktisk likevel en prioritering, også selv om vi snevert holder oss innenfor

en forutsetning om at de disponible ressurser utelukkende skal forbeholdes det kulturelle domenet. Her er det bl.a. avgjørende å definere hvem som er publikum, og hvorfor og hvordan de verdiene fastsettes: Noen ganger kan kommersiell, turistrelatert utnyttning være en forutsetning for finansiering av andre interesser i forbindelse med et kulturelt uttrykk. Samtidig vil slik utnyttning fort kunne være en svøpe som hindrer en mer ”høyverdig” prioritering av andre kvaliteter ved uttrykket. Ut fra en historisk-kulturell tilnærming kan for eksempel et gitt fenomen kanskje best utnyttes gjennom (maksimal) tilrettelegging for undervisning om den relevante historien, der i første rekke publikum i nærmiljøet er målgruppen, med ønsket om at opplegget skal bidra til å styrke den kulturelle identiteten til lokalbefolkningen. Dette kan stå i klar kontrast til et ønske om ren profittøkonomisk utnyttning av stedets kvaliteter gjennom (maksimal) tilrettelegging for turisttrafikk (med for eksempel parkeringsplasser og markedstilpasset popularisering som reduserer stedets visuelle og andre, mer opprinnelige kvaliteter).

### **3.3 Vedlikehold**

Med henvisning til at kulturminner er en ikke-fornybar ressurs som krever vedlikehold (og eventuelt også istandsetting), må også tidsfaktoren trekkes inn ved verdivurderingen, siden verdiene kan gå tapt eller i alle fall forringes betydelig ved mangel på slikt vedlikehold. Dette *kan* tolkes inn som en automatisk alternativ anvendelse, men fenomenet er så vidt sentralt at det nok bør fokuseres særskilt, bl.a. fordi det kan legge irreversible føringer for framtidige forhold. Det fordrer en vurdering av hvordan man tenker seg framtidig verdsetting av fenomenene. En enkel tilnærming her er å legge til grunn at dagens håndtering av fenomenet ikke skal forringe framtidige muligheter for nyttiggjøring, dvs. at alle relevante kvaliteter ved fenomenet må opprettholdes. I seg selv kan dette innebære omfattende behov for (fysisk) vedlikehold, samtidig som det også legger føringer med direkte eller indirekte økonomiske konsekvenser for det omkringliggende samfunnet, for eksempel gjennom båndlegging av arealutnyttning.

### **3.4 Konsekvenser av manglende satsing**

I tillegg til det som normalt oppfattes som alternativ anvendelse av ressurser (og som derved ikke vurderes i vår analyse), kan det også være aktuelt å snakke om hva som skjer dersom vi *ikke* satser tid og krefter på et kulturelt fenomen. Det kan argumenteres for at dette er det samme som å bruk ressursene på noe annet i stedet. Vi kan likevel hevde at for eksempel politiske prioriteringer, og da kanskje først og fremst lokalpolitiske, innebærer et valg av samlet aktivitetsnivå i en region, og at *ikke*-bruk av potensielle ressurser er et reelt valg. Da er det i så fall relevant å drøfte hvilke konsekvenser en slik ikke-bruk vil gi opphav til. Et mulig eksempel; er det for eksempel slik at manglende vedlikehold av uterom og bygningsmasse (over tid) leder til generell forslumming av offentlige arealer, og at dette samtidig medfører økte sosiale problemer som direkte belastninger for eksempel andre offentlige budsjetter?

Gitt at vi kan spore en slik sammenheng, hvordan skal vi så måle den, og kan vi relatere den direkte til den definerte mangel på ressursbruk? Sammenhengene er gjerne komplekse, og det er sannsynlig at vi må nøye oss med en sterkt forenklet variant, der vi bare påpeker hvor store de ulike ressursanvendelsene er (til både kulturfenomener og sosialproblemer) og supplerer dette med antydninger om hvilke

endringer som kan påregnes ved for eksempel økt bruk av ressurser til spesifikke kulturelle tiltak.

### **3.5 Alternativ bruk i framtida**

Dersom vi skal ha en formening om en mulig framtidig verdi av et kulturelt fenomen, synes det påkrevd også å vurdere dette opp mot annen anvendelse av spesielt de aktuelle arealer, gjerne i form av næringspotensial. Fra en økonomisk synsvinkel kreves det da at den antatte framtidige verdien av kulturfenomenet er minst like stor som den (potensielle) verdien av spesielt alternativ arealutnytting. Den framtidige kulturverdien bør da komme til uttrykk som en neddiskontering av den framtidige nytteverdien av fenomenet. En mulig innvending mot denne framstillingen, er at dersom det i dag ikke finnes tilstrekkelig betalingsvillighet til at kulturfenomenet kan opprettholdes, synes det enda mindre aktuelt at det i en eller annen uviss framtid skal kunne bli noe bedre, sett med *dagens* vurderinger: Gitt at vi nå ikke finner godt nok økonomisk grunnlag for å ivareta de nødvendige kvaliteter for å opprettholde det kulturelle uttrykket, hvordan skal vi så kunne argumentere for at (de relative) prioriteringene endrer seg vesentlig på et senere tidspunkt? Det er selvfølgelig ikke utelukket at slike endringer finner sted. Nære historiske eksempler kan skilte med en rekke forhold som tilsier at vi nettopp bør ta høyde for dette. Det er likevel da mer snakk om å holde mulighetene åpne ”for sikkerhets skyld”, dvs. at vi i større grad baserer vurderinger og beslutninger på et mer absolutt verdibegrep enn mer snevre, relative avveininger mellom ulike prioriteringsmuligheter.

### **3.6 Kraftutbyggingen som analogi**

En mulig analogi til kraftutbyggingen: I over hundre år har naturverninteresser stått mot både kort- og mer langsiktige økonomiske interesser av å utnytte fossefall og større arealer til damanlegg og produksjon av elektrisk strøm. Mange naturperler har forsvunnet, og det meste er vel nokså ugjenkallelig tapt for all framtid. Hvilke verdier har gått tapt gjennom utbyggingen, og hvilke verdier er blitt tilført, som vi ellers aldri hadde fått realisert?

Det er liten tvil om at utbygging av vannkraft som grunnlag for elektrisitetsproduksjon har skapt et solid grunnlag for verdiskapning i mange lokalsamfunn, og også for større områder. La oss tenke oss en situasjon der vi i stedet for en utbygging heller hadde valgt å benytte den samme mengde ressurser til ”næringsutvikling med lokal forankring”, uten å ta høyde for potensialet som lå i vannkraft. Ved å unngå vurderinger av slik alternativ ressursbruk (der kraftutbyggingen er det hypotetiske alternativet!), ser vi dermed bort fra at vannkraftutbygging kan gi et bidrag til verdiskapningen som er høyere enn ved å satse på ”næringsutvikling med lokal forankring”. Kanskje ville man kunne oppnådd større verdiskapning; kanskje er analogien i vannkrafteksemplet søkt, dersom det ikke finnes tilsvarende alternative muligheter for ressurser som eventuelt anvendes på de kulturelle uttrykkene. Poenget er uansett at ved ikke å ta høyde for alternativ ressursbruk, så utelukkes samtidig en mer overordnet – og gjerne politisk betont – drøfting av hvilke verdier som legges til grunn for ressursbruken.

## **4. Samfunnsøkonomisk lønnsomhet**

Redegjøring om begrepet

### **4.1 Kriterier for økonomisk lønnsomhet**

Enkelt sagt så vil et prosjekt eller mer økonomisk presist; en ressursanvendelse, være lønnsom dersom de inntektene den genererer minst overstiger kostnadene som er forbundet med å oppnå disse inntektene. Problemene oppstår når vi prøver å konkretisere dette: Hvilke typer kostnader og inntekter tas med i regnskapet? Over hvor lang tid regner vi med inntekter og kostnader forbundet med prosjektet? Har vi tatt tilstrekkelig hensyn til alle relevante faktorer i det totale regnskapet? Det typiske svaret på det siste spørsmålet er gjerne at man i etterkant av et prosjekt kan påvise faktorer som man nok burde tatt høyde for tidligere i prosessen. Det kan dreie seg om uforutsette kostnader eller inntekter innenfor de samfunnsrammer som ellers skulle være kjent, eller det kan også dreie seg om helt nye preferanser og forhold som først oppdages og tillegges vekt på et senere tidspunkt, jf. en del av den forurensningsproblematikk som har fulgt i kjølvannet av industriell virksomhet.

### **4.2 Praktiske forutsetninger for drøfting av lønnsomhet**

For å kunne håndtere verdiskapning i forbindelse med kulturelle uttrykk innenfor en konkret, økonomisk ramme, må vi nødvendigvis forenkle alle bakenforliggende forhold, og gjerne se bort fra flere forhold som i noen tilfelle kanskje egentlig er eller burde være avgjørende for hvilke (økonomiske) prioriteringer som finner sted.

Skal vi ha håp om å kunne trekke noen konklusjoner, må vi begrense oss til å vurdere komponenter som er kjente på et visst tidspunkt. Videre må komponentene kunne manifesteres som pekuniære verdier, slik at de kan inngå i sammenheng med andre størrelser til en relativ helhet. Det ville nok være relevant i noen tilfeller, men i praksis umulig å ta høyde for absolutte verdier: Dersom et forhold er av en slik art at det har forrang uansett, vil dette i økonomisk sammenheng tolkes som at ”verdien er uendelig stor”, noe som medfører at verdien ikke kan ses i forhold til en annen verdi som har en begrenset størrelse. I det øyeblikk vi inkluderer en absolutt verdi i betraktningen, har vi samtidig gitt avkall på å kunne vurdere den i sammenheng med andre verdier.

### **4.3 Ringvirkninger av kultursatsing**

Etter å ha definert produksjonsaktiviteter i direkte relasjon til det som betegnes som kulturelle uttrykk, har vi samtidig også etablert klare retningslinjer for hvordan produksjonens direkte bidrag til (mer)verdiskapning skal måles. Avhengig av hvilken tilnærming som velges – og hvilket resulterende verdisett man ender opp med å måle – vil dette bidraget kunne anta ulike proporsjoner. Størrelsen her kan i seg selv være kontroversiell. For ytterligere å komplisere bildet, må vi likevel også trekke inn neste steg av betydning for evaluering av samfunnsøkonomien i relasjon til fenomenet: Hvordan måle ringvirkningene av aktiviteten, og hvor stor blir den? Er det slik at aktiviteten selv gir opphav til positiv verdiskapning for samfunnet (gitt den måleskala som er valgt), eller er det først når ringvirkninger for øvrige deler av produksjonslivet og/eller resten av samfunnet trekkes inn, at vi kan påstå at satsingen er gavnlig for samfunnet?



Det sies og menes mye om hvordan kunst og kultur påvirker vår hverdag og får innflytelse på vårt arbeid. På samme måte som for den direkte måling av kultursatsingens verdiskapende effekt, vil også verdsettingen av ringvirkningene kunne gjøres langs ulike dimensjoner. For å oppnå en viss stringens, synes det nok nærliggende å velge noenlunde samme kvalitetsskala for vurdering av ringvirkningenes betydning, med det er ikke sikkert at det er noen god tilnærming.

Dette vil eksempelvis være tilfelle når det isolert er selve *forekomsten* av et kulturelt fenomen som antas å medføre andre typer aktivitet. Fenomenet krever kanskje vedlikehold og annen oppfølging for å være tilgjengelig for publikum, men det kan gjerne være en svak sammenheng mellom ressurser direkte anvendt på slik tilrettelegging og de økonomiske konsekvenser som kan tolkes inn i fenomenets eksistens som attraksjon: Selve vissheten om at det finnes stavkirker, helleristninger, museer med mer, kan – i alle fall på kort sikt – være tilstrekkelig til å medføre (økt) turisttrafikk. Først på lengre sikt vil det kunne bli en klarere sammenheng mellom grad av tilrettelegging av slike kulturelle uttrykk og hvor stor (økning i) turisttrafikken vil bli.

En annen type eksempel har vi når den kulturelle forekomsten (indirekte) bidrar til å trekke til seg etablering av nye bedrifter. På kort sikt vil det kanskje ikke føre til økt bosetting eller økt sysselsetting (så lenge arbeidskraften overføres fra annen aktivitet), men impulsene kan føre til økt omsetning i området, og dermed gi opphav til økte skatteinntekter, enten fra den aktuelle bedriften eller som følge av at bedriftsetableringen leder til generelt høyere etterspørsel etter ulike varer og tjenester fra nærmiljøet.

Som for vurdering av den direkte verdiskapning i forbindelse med kulturuttrykk, krever også vurdering av ringvirkningene at vi presiserer noen utvalgte, målbare virkninger og en tidshorisont for når slike virkninger forutsettes å inntre. Utvalget av aktuelle ringvirkninger som det skal tas høyde for, må også drøftes nærmere: Er det tilstrekkelig å vurdere nokså lokale utslag, gjennom isolert vurdering av (et mindre sett av) ressursbruk på kulturelle uttrykk? Er det i stedet slik at de mest relevante ringvirkningene først kan vurderes når vi ser flere uttrykk innenfor et større geografisk område i sammenheng? I så fall kommer vi heller ikke her utenom vurderinger av alternativ satsing, gjennom å stille spørsmål ved om satsting på de ulike elementene som inngår ved vurdering av ringvirkninger er nære substitutter eller fungerer som komplementære. Dvs.; konkurrerer de direkte om oppmerksomheten, eller i hvilken grad bidrar de til sammen til ringvirkninger som hvert fenomen hver for seg ikke hadde hatt mulighet til å realisere?

## **5. Kulturbegrep**

Redegjøring om begrepet; forutsetninger, avgrensning og drøfting av disse valg

### **5.1 Kontekstavhengig verdiskapning**

Mangfoldet av mulige verdier som kan tillegges ulike kulturelle uttrykk, innebærer en åpenbar mulighet for at den verdiskapning som kan følge i kjølvannet også vil kunne ha sterkt varierende former og omfang. I denne sammenheng må vi nok dessverre nøye oss med bare å påpeke dette. Herfra må vi heller ta mer eller mindre for gitt at et bestemt kulturelt uttrykk tillegges et bestemt verdsett, basert på den kulturelle forståelse samfunnet rundt plasserer uttrykket inn i.

Er det i det hele tatt mulig å kunne svare bekreftende på at kulturelle fenomen har en innvirkning på den økonomiske verdiskapningen i et samfunn? Vi kan svare enkelt på dette gjennom negasjonen: Vi ser ingen umiddelbar grunn til å *utelukke* at kulturelle fenomen har eller kan ha en viss innflytelse på størrelsen av den økonomiske verdiskapningen som foregår innenfor et avgrenset samfunn. Selv om bakgrunn og forutsetninger for de økonomiske mekanismer ofte behandles litt stemoderlig i forenklete framstillinger, kan det påpekes at alle former for økonomiske transaksjoner er formet og betinget av den kulturelle atmosfære de inngår i. Kanskje kan den kulturelle kontekst være vanskelig å få øye på, eller i alle fall å finne håndfaste uttrykk for, men den fungerer utvilsomt som en del av rammeverket for at det i det hele tatt foregår samhandlinger som kan gi opphav til såkalt verdiskapning. Det mest åpenbare eksemplet fra dagens økonomi er kanskje vår tiltro til betalingsmidler: Det å kunne benytte ”hard valuta” i form av bestemte typer pengesedler (eller de enda mer diffuse elektroniske signaturer) som bytemiddel for varer eller tjenester, krever at mottakeren aksepterer en slik betaling, noe som for eksempel er vesensforskjellig fra en rendyrket bytteøkonomi. En grundigere utdyping av koblinger og hvorfor og hvordan transaksjonene finner sted, vil fort føre oss over i andre fagdisipliner. Vi nøyer oss med å konstatere at alt økonomisk samkvem finner sted innenfor et rammeverk der kulturelle fenomen i mer eller mindre synlig grad er med på å forme dette samkvemmet.

Dermed godtar vi at kulturelle fenomen (etter en nærmere presisering av begrepsinnholdet) vil influere på nivå og sammensetning av den økonomiske produksjonen i et samfunn, analogt med andre forhold som for eksempel klima, geografi og befolkning. Derfra kan det likevel være en lengre vei å gå for å kunne påvise hva slike fenomen konkret består i, og hvordan og i hvilke utstrekning de faktisk bidrar eller potensielt kan bidra til verdiskapning i samfunnet.

Hvilket grunnlag for verdiskapning gir forekomsten av kulturelle fenomen? Hvordan medvirker kulturminner og kulturmiljøer i skiftende historiske epoker til vekst og utvikling? Er det mulig å identifisere uttrykk for verdiskapning som refererer nokså direkte til forekomsten av slike fenomen, eller kan vi bare håpe på å beregne avledede størrelser? Hvilken avgrensning av verdiskapningsbegrepet er hensiktsmessig; er det for eksempel rimelig å inkorporere forhold som ikke kan tallfestes økonomisk; er det eventuelt formålstjenlig med et todelt begrep, der det også tas hensyn til forhold som ikke kan kvantifiseres i økonomiske termer?

En god del av de forhold som spiller inn ved økonomisk produksjon, relateres til bestemte forutsetninger ved omgivelsene. Det er utviklet teorier der geografiske forhold, kunnskapsnivå, befolkningskonsentrasjon, vekstpotensial i form av markedstilgang med mer, er framhevet som konkrete faktorer som hver for seg har direkte innvirkning på omfanget av den verdiskapning som finner sted. Bedriftskultur og generell samhandlingskultur trekkes også fram som faktorer av vesentlig betydning for hvordan den økonomiske aktiviteten organiseres og hvor omfattende den blir. Felles for alle disse fenomenene, er at de er vanskelige å rendyrke. Hvilken rolle hver enkelt av dem spiller isolert sett, er avhengig av hele den kontekst de inngår i.

Kan vi ta for gitt at det kulturelle uttrykket isolert sett virker *positivt* inn på økonomien? Er det med andre ord mulig å utelukke at det kulturelle uttrykket i seg

selv vil gi lavere økonomisk produksjon i det relevante nærmiljøet enn om det ikke fantes?

Også her vil gjennomgang av hva som eventuelt finnes av utredninger, forskning med mer, være viktig å bruke som grunnlag for vår videre drøfting.

## **5.2 Kan et kulturelt uttrykk bidra til merverdi, er det en selvstendig komponent – og er det lønnsom satsing?**

Selv om vi forutsetter at kulturelle fenomener i seg selv tillegges positive verdier, gir ikke dette nødvendigvis noe grunnlag for å gi en økonomisk avkastning. Ut fra dette vil vi derfor fokusere på følgende problem:

Gitt erkjennelsen av verdien av det kulturelle uttrykket, hvordan kan eller bør vi utnytte dette uttrykket for å bidra til å generere økonomisk (mer)verdi, og er det mulig å utnytte det på en slik måte at dette bidraget er større enn verdien av den ressursinnsats som går med til formålet?

Vi stiller med andre ord spørsmål om det kulturelle fenomenet i det hele tatt har noe å bidra med når det gjelder verdiskaping, og dernest om det er (samfunnsmessig) lønnsomt å tilrettelegge for at slik utnytting finner sted.

Er det kulturelle bakteppet for verdiskapningen i økonomien bare ”sunk cost”, eller har den også en mer aktiv rolle mht. utforming av den framtidige produksjon og omsetning? Kan vi skille ut det kulturelle uttrykket som en selvstendig komponent i form av merverdi ved økonomisk produksjon, eller henger det uløselig sammen med ”alt annet”, kun med mulighet for implisitte bidrag til den økonomiske verdiskapningen uten å kunne påpekes direkte?

Som for alle andre forhold som har innflytelse på økonomisk utvikling, synes det i alle fall i prinsippet mulig å kunne skille ut en ”kulturell” komponent som manifesterer et uttrykk for hvordan forekomsten av nærmere angitte fysiske fenomener direkte eller indirekte bidrar til å skape de aktuelle økonomiske verdiene. Det som synes mindre åpenbart, er hvordan et slikt uttrykk skal kunne presiseres og beskrives konkret i form av for eksempel et produksjonsmiddel.

## **5.3 Kultur som produksjonsfaktor?**

I tradisjonell økonomisk teori deles produksjonsmidlene inn i arbeid og kapital. Utover dette nevnes gjerne også eiendom (for eksempel ”jord”) og i noen tilfeller energi som eksplisitte produksjonsfaktorer når det skal gjøres opp regnskap for hvilke forhold som inngår i merverdiskapningen. Her tas det dermed for gitt at de øvrige komponenter inngår som mer eller mindre selvfølgeligheter, blant annet som følge av at de normalt ikke trenger å honoreres. Det utelukker imidlertid ikke at de har en vesentlig og kanskje avgjørende innflytelse på at produksjonen i det hele tatt finner sted. Et nærliggende, trivielt eksempel er tilgangen på nok frisk luft. Uten dette er det vanskelig å tenke seg at i alle fall arbeidskraften vil kunne fungere optimalt. Så lenge lufta ”bare er der” og ikke påvirkes direkte av den aktuelle, marginale produksjon, trenger vi ikke bekymre oss for å verdsette dens bidrag til selve produksjonen.

Slik forholder det seg kanskje også med kulturelle fenomener. De er til stede, og blant spesielt interesserte kan de også påvises. For økonomiske betraktninger derimot, tas de ikke hensyn til så lenge de ikke har eksplisitt betydning for den økonomiske aktiviteten. Først når man i den økonomiske bevissthet finner grunnlag for å erkjenne betydningen av forekomsten av det kulturelle uttrykket, vil det bli aktuelt og legitimt å ta høyde for å verdsette i hvilken grad dette fenomenet faktisk spiller inn i forhold til produksjonsprosessen. Her kan det kanskje være relevant å påpeke en viss analogi til utnyttning av naturressurser. Så lenge det var nokså fri tilgang til en rekke ressurser, var det ikke nødvendig å økonomisere med dem, dvs. å ta høyde for at det var begrenset tilgang eller at de fortjente anerkjennelse som viktig premis for at produksjon av for eksempel jaktutbytte kunne finne sted. Først på et tidspunkt der samfunnet begynner å vurdere alternative former for bruk av de aktuelle ressursene opp mot hverandre, vil deres økonomiske verdi anerkjennes.

For å komme litt tilbake til luft-eksemplet i et tidligere avsnitt: Kanskje var det først mot slutten av 1800-tallet, etter lengre tid med stadig økende forurensning i byene som følge av industriproduksjon, at man fikk øynene opp for at tilgang på tilstrekkelige mengder ren luft ikke lenger var noen selvfølge, og at mangel på dette kunne ha betydning for kvaliteten på den produksjon som fant sted. Overført til kulturområdet, kan vi kanskje snakke om en tilsvarende erkjennelse i det øyeblikk vi oppdager at våre omgivelser kan virke mer eller mindre direkte inn på kvaliteten ved vår produksjon. Uten en slik erkjennelse, blir det meningsløst å snakke om kulturelt betinget (mer)verdskapning.

Godtar vi resonnetet, virker det rimelig å konstatere at kulturelle uttrykk har innflytelse på (mer)verdskapningen i samfunnet. Noe helt annet er det å påvise nærmere hvordan og aller helst i hvilket omfang dette kommer til syne. For mange av de større og mer kjente kulturelle fenomen synes det nok kanskje nokså overkommelig til en viss grad å påpeke hvordan deres forekomst bidrar til for eksempel å trekke turister til et området. Derigjennom legger man til grunn at dette også medfører økt etterspørsel etter varer og tjenester som tilbys lokalt i det aktuelle området. Det virker ikke urimelig å hevde at dette gir i sin tur opphav til større verdskapning enn om det kulturelle fenomenet ikke hadde eksistert.

## **6. Næringsrelatering**

Kultur i den øvrige økonomiske kontekst

### **6.1 Kunnskap, informasjon og kultur**

De tjenesteytende næringer håndterer mennesker. Det er i mer eller mindre direkte kontakt med publikum at produksjonen i slike næringer både tilpasses og finner sted. Det gjelder alle former for det som kategoriseres som tjenester, om enn i varierende grad, og med opplagte muligheter for å diskutere grensetilfeller.

En viktig og ofte kritisk faktor er (kunnskap om) tilgangen på informasjon, samt kunnskap om anvendelsen og muligheten for formidling av den. Dette gjelder enten vi snakker om bilreparasjon, finansrådgivning, frisørvirksomhet eller kommunal administrasjon. Et problem er at dette også i stor grad gjelder for forvaltning og formidling av kultur. Slik tjenesteyting er gjerne tett forbundet med både

kunnskapsbehov og spredning av den. Hvordan skille den fra annen aktivitet, og viktigere; er det noen spesiell grunn til å gjøre det?

## 6.2 Næringsklassifisering

Forvaltning og formidling av ”kultur” inngår som tjenesteytende næringer innen den vanlige tredelingen av produksjonsvirksomhet. Mens industri og primærnæringer framstiller varer som sine sluttprodukter, vil kulturelle uttrykk i hovedsak kunne formidles som inntrykk overfor publikum. Det finnes selvfølgelig både unntak og grensetilfeller her. Utøving av tradisjonelt virke, enten det er i jordbruk eller innen ulike typer håndverk, innebærer fysisk produksjon der de ferdige varene har et ”kulturelt tilsnitt”. Det samme kan sies om suvenirer som selges i tilknytning til kulturelle fenomener. Hovedbestanddelen av disse varene er likevel den kulturelle opplevelsen eller kvaliteten som oppnås gjennom en særskilte form for vareproduksjon.

Hvordan skille ut en egen ”kultur”-komponent fra det som er relaterte aktiviteter? Ved en slik klassifisering må vi begrense definisjon og omfang av det kulturelle uttrykket. Vi må på en eller annen måte definere aktivitetene slik at de har et rimelig stort innhold av ”kulturelt” preg, men dette alene sikrer ikke at vi har funnet fram til den virksomhet som gir mest uttelling i forhold til merverdi i relasjon til det kulturelle uttrykket. Poenget er her at en i utgangspunktet kulturell aktivitet kan gi opphav til andre typer virkninger i form av oppblomstring i annet næringsliv, enten lokalt eller også i en større regional sammenheng. Isolerte studier av enkeltsektorer er da ikke lenger tilstrekkelig. I stedet må vi ha mer innsikt i og oversikt over den større økonomiske helhet som det kulturelle fenomenet inngår i. Så lenge vi ikke har bestemt oss for en eksplisitt avgrensning av kulturfenomenet, blir det også vanskelig å ha noen god formening om hvilke ringvirkninger som følger i kjølvannet av slik aktivitet.

Er det også mulig å skille ut aktiviteter som ikke er *kultur*pregede? Igjen et klart definisjonspreget valg: ”Alt” befinner seg i bunn og grunn innenfor en kulturell kontekst. Innenfor dette foretar vi valg, gjerne basert på litt firkantede avveininger om hva som synes passende å ta med i betraktning, og hvilke typer aktiviteter som i hovedsak heller bør overses for å unngå for stor uthuling av begrepet.

## 6.3 Klassifisering i nasjonalregnskapet

Det er foretatt detaljerte klassifiseringer av alle typer næringsvirksomhet, slik at det blir mulig å stille opp store tabeller med økonomiske oversikter, der hver næring eksplisitt synliggjøres og dens bidrag kan sammenholdes med de øvrige. Men hvilken glede har man av det? I nasjonalregnskapsstatistikk finnes det for eksempel spesifisering av en lang rekke definerte næringer. Her inngikk tidligere (i alle fall tilgjengelig med tall for perioden 1988–1993, utgitt som NOS C338 i 1996) – som nest siste ledd i oppramsingen – næringen *kulturell tjenesteyting og sport*. Ovenfor kan vi finne andre tjenesteytende næringer med sannsynlige tilsnitt av kulturell aktivitet, så som *undervisning, eiendomsdrift ellers og interesseorganisasjoner*, for å nevne de antatt mest relevante. Basert på denne klassifiseringen, kan vi så måle for eksempel ”produksjon etter næring i basispris Vi finner at kulturell tjenesteyting, *inklusive sport*, i 1993 sto for 0,4% av markedsrett produksjonsvirksomhet. Tar vi med det som er stipulert produksjon innen ideelle organisasjoner og kommunal

forvaltning, finner vi at den samlede andelen av all produksjon var oppunder én prosent. Ikke bare produktverdien, som er et (relativt) uttrykk for hvordan verdiskapningen i hver sektoren måles, men omfanget av sysselsettingen, gir en viss pekepinn om hvordan kulturrelaterte aktiviteter defineres og måles. Her er de relative andelene av markedsrett produksjonsvirksomhet og all produksjon henholdsvis 1,4 og 1,8% av den samlede sysselsetting. Tabellene sier likevel ingenting om hvor mye av dette som var ”sport”.

En interessant observasjon er at i den nasjonalregnskapsstatistikken som SSB nå har lagt ut på internett for senere årganger, så er ikke lenger kultursektoren (eller sport) nevnt som egen komponent i næringsfordelingen. Om det skyldes en vurdering av redusert betydning, manglende (detalj)kvalitet ved statistikken eller andre hensyn, vites imidlertid ikke.

## **7. Praktisk tilnærming**

Nedenfor følger noen stikkord for hvordan man kan tenke seg en praktisk tilnærming til å nedfelle håndgripelige verdiuttrykk.

### **7.1 Operasjonalisering av kulturverdibegrepet**

En typisk sammenheng der kultur inngår, har vi i forbindelse med konservering av ulike kulturelle uttrykk. Ofte forbinder vi dette med den rent fysiske intervensjon eller annen håndtering av et fenomen. Konservering kan likevel ha et langt mer omfattende innhold, der begrepet refererer til hele spekteret av forståelse og handlinger i relasjon til kulturen, fra en historisk eller annen akademisk innfallsvinkel til mer praktiske tilnærminger som politisk utforming eller teknisk intervensjon. Vedlikeholdet utføres for å ivareta kulturelle uttrykk som ”verdibærere” i samfunnet, men den synlige verdien – og enda mer snevert; den økonomisk målbare verdien – av at slike verdier ivaretas, kan kanskje ikke relateres ned til håndterbare, håndfaste uttrykk for samfunnets nytte av dette vedlikeholdet. Så lenge vi befinner oss innenfor et gitt samfunn, og uten mulighet for å gjennomføre direkte, komparative studier der vi sammenligner situasjoner med og uten de aktuelle kulturelle forekomster, kan vi eventuelt bare i ettertid i noen grad sannsynliggjøre hvilket bidrag nærmere angitte kulturelle fenomen har hatt. I håp om å kunne konkretisere noen aspekter som vi kan ”henge” kulturen på, drøfter vi likevel noen spørsmål omkring operasjonalisering av begrepet.

Det er viktig å unngå at det implementeres forhold som kan komme til å stå i stor kontrast eller nokså klart i motsetning til vektlegging og prioritering som gjøres innen andre fagfelt med hensyn til verdivurderinger. Det bør vurderes nøye om aktuelle verdibegrep kan være absolutte eller om de må være komparative: Kan fenomenet tilordnes en selvstendig, ubetinget verdi (for eksempel kun med referanse til en nasjonal målestokk), eller er den i stor grad underlagt lokal forankring, og verdien dermed helt eller delvis avhengig av den stedlige, nåtidige kontekst som fenomenet inngår i? Kanskje bør vi operere med begge typer verdier side om side, men uansett må det fastsettes noen kriterier for om fenomenet skal håndteres absolutt eller komparativt, og også hvordan slike kriterier bør utformes. Dette gjøres på bakgrunn av det eller de verdisett som velges som målestokk for de kulturelle uttrykkene. Først når dette arbeidet er gjort, vil en med utgangspunkt i en økonomisk innfallsvinkel kunne si noe mer om konsekvensene av de verdivalg som er foretatt. For at man skal

kunne anvende økonomisk tankegang på området, er man likevel i stor grad avhengig av at verdier som inngår er mest mulig komparative. Absolutte mål på komponenter som inngår, medfører at det ikke blir mulig med en avveining mellom ulike elementer. Dermed blir det langt vanskeligere (og i praksis nokså umulig) å måle verdien av den ressursbruk som settes inn på et område i relieff mot andre kvaliteter som vektlegges i samfunnet. Først når den aktuelle verdien av en innsats kan holdes opp mot andre størrelser innenfor et ordinært system, vil vi kunne trekke praktiske konklusjoner om nytten av den aktuelle innsatsen, enten det nå er bare i forhold til det aktuelle fenomenet isolert, eller også om vi velger å vurdere uttrykket med generelt opp mot annen ressursbruk.

## **7.2 Identifisering av kulturens bidrag i næringsvirksomhet**

Hvilken sammenhengen er det mellom lokalt næringsliv og lokale tradisjoner, kunnskaper og spesialiteter? Er det mulig å identifisere eksplisitte koblinger som skiller næringslivsproduksjonen fra tilsvarende næringsvirksomhet andre steder? I så fall; er dette en faktor som isolert fører til en økt (mer)verdi, sammenlignet med produksjonen andre steder?

Hvordan utnytte kulturminner og kulturmiljøer for å vedlikeholde og videreutvikle tradisjonelle arbeidsmåter og materialer som grunnlag for nye nisjemarkeder? Kan bruk av spesielle prosesser oppfattes som noe mer enn andre former for *nisjepreget* økonomisk virksomhet, eller er også all form for utnytting av markeds*nisjer* egentlig kulturelt betinget? Er det mulig å verdifastsette forskjeller mellom steder med og uten et etablert “kulturmiljø”?

Hvor betydningsfullt er et “tradisjonelt” image, hva består det i og hvordan isolere investeringer direkte til dette? Hva er betydningen for lokal identitet og for ulike gruppers bostedsønsker og -valg? Er det forskjeller mellom innflyttere og “fastboende”? Basert på et steds historie, kan vi finne at positive kvaliteter ved (den antatte) kulturen på stedet manifesteres som økte eiendomspriser, oppblomstring av et større mangfold av aktiviteter med mer. For å kunne identifisere dette, må vi likevel kunne relatere det til sammenlignbare steder *uten* tilsvarende historie og kulturell kontekst. Det kulturelle uttrykkets bidrag til verdiskapningen, vil da først kunne avdekkes i form av forskjeller mellom de to lokaliseringene.

Er det lettere å se verdien av kulturmiljøer når en “ser det utenfra? Hvordan skapes og endres holdninger til å ta vare på kulturmiljøene? Hva er ildsjelenes betydning? Hvilke ringvirkninger kan måles av at lokale tradisjoner og ferdigheter mht. teknikker og materialbruk kan utnyttes til å holde kulturmiljøene i hevd? Hva er mulighetene og barrierene som styrer en positiv utvikling, lokalt, regionalt og nasjonalt? Igjen ser det ut til at de fleste av svarene her bare kan gis om vi sammenligner med (hypotetiske?) situasjoner utenfor sfæren av det aktuelle fenomenet.

Mange av de valg som foretas gjennom operasjonaliseringen av verdibegrepet, legger mye av føringene for hvordan det i etterkant også vil være mulig å vurdere fenomener. Det bør tilstrebes bruk av lettfattelige data og sammenhenger, slik at personer med ulike faglige ståsteder kan forstå – og aller helst også gjennomføre – egne evalueringer. Vi bør også ta sikte på stor grad av mulighet for å generalisere begrepet, slik at overføringsverdien til andre og nye fenomener i rimelig utstrekning kan gjøres

ut fra en felles referanse. Her vil det selvfølgelig være nødvendig med en avveining, slik at en ikke mister vesentlige særtrekk ved et fenomen underveis.

Anvendelighet for begrepene krever en konsensus om hvilke aspekter ved verdibegrepet som bør vektlegges. Er det tilstrekkelig å kunne utlede teoretiske størrelser for verdien av tiltak, eller motsatt; fordres det entydig klart uttrykte empiriske størrelser som underlag for beregning av den verdiskaping vi forbinder med det kulturelle fenomenet?

### **7.3 Datatilgang og bruk av eksempler**

Det må foretas en gjennomgang av hva som må skaffes til veie av data for konkret vurdering ved studier av de enkelte fenomen. I hvilken grad kan og bør en ta utgangspunkt i og forholde seg allerede eksisterende data om et fenomen, og i hvilken grad må en ta sikte på å konstruere egne data som grunnlag for verdsettingen?

Valgene her vil avgjøre hvor vidt verdsettingen også gjør det mulig med sammenligninger med fenomener av noe annen karakter; for eksempel en enkeltstående bygning sett i forhold til et større og mer sammensatt miljø. For å kunne vurdere verdiskapingen i et økonomisk perspektiv, noe som lettere åpner for mer generelle sammenligningsmuligheter, trengs det mest mulig kvantitative data. For noen typer kvalitative data er det mulig med en (skjønnsbasert) overføring til kvantitative størrelser. For rent kvalitative data blir det langt vanskeligere å relatere verdiskaping i forbindelse med et kulturelt fenomen i forhold til den ressursbruk som går med.

Helst skulle vi trukket inn mange eksempler for å belyse antatt vesensforskjellige kvaliteter og aspekter ved kulturminner og kulturmiljøer. I praksis må vi nok nøye oss med kortfattede henvisninger til et utvalg kjente fenomen, i håp om at disse i tilstrekkelig grad kan belyse relevante forhold. Ved utvalget synes det viktig å kunne gjengi eksempler der den antatte verdiskapingen manifesteres i (vesens)forskjellige uttrykk, for best mulig å underbygge ulike kvalitative aspekter ved den verdiskaping som antas å finne sted. Samtidig bør det også tilstrebes et utvalg der ulike størrelsesforhold på verdiskaping i forhold til ressursinnsats kan bidra til å vise eksempler på forskjellige grader av avkastning på anvendte ressurser.

## **8. Konklusjon**

Om vi skal velge å trekke en konklusjon ut fra denne gjennomgangen av verdiskaping i relasjon til kulturfenomener, må det være å innse at verdier kan være mangetydige. Utvelging vil legge klare føringer for hva vi kan forvente å få ut i form av verdiskaping. Videre er det en viktig avveining om vi velger å studere verdiskaping isolert i forbindelse med ressursbruk knyttet til et spesifikt uttrykk, eller om vi mer generelt velger å studere ressursbruken i lys av alternative anvendelsesformer og/eller innenfor en bredere kontekst, der flere og eventuelt beslektede kulturelle fenomener inngår som en del av vurderingsgrunnlaget.

Neste fase er å gjøre seg opp en mening om hvorvidt de aktuelle kvaliteter kan manifesteres i form av kvantitative verdier som lar seg nedfelle i økonomiske uttrykk, og om en slik reduksjonsprosessen kan komme til å "kaste barnet ut med badevannet". Først når man har funnet fram til en hensiktsmessig balansegang mellom ulike prioriteringer, vil det være aktuelt å se de oppnådde kvaliteter som verdiskaping. Helt



til slutt vil det i noen tilfelle være mulig å måle denne nytte(økning)en i lys av de ressurser som har gått med for å oppnå resultatet. Først på dette stadiet vil vi kunne avgjøre om prosessen og de medgåtte ressursene faktisk har gitt en *merverdi* som kan forsvare innsatsen.

## 9. Litteratur

Graham, Brian; *Heritage as Knowledge: Capital or Culture?* Urban Studies, vol.39, nr.5–6, 1003–1017, 2002

Klamer, Arjo og Zuidhof, Peter-Wim; *The Values of Cultural Heritage: Merging Economic and Cultural Appraisals*. The Getty Center, Los Angeles, 1998.

Masroor, Hasan m.fl.; *Kulturens betydning i samfunnsøkonomien*. Rådet for arbeidslivsstudier, Universitetet i Oslo 1987

NOU 2002:1; *Fortid former framtid. Utfordringer i en ny kulturminnepolitikk*

Statistisk sentralbyrå; *Nasjonalregnskapsstatistikk 1988–1993*. NOS C 338, Oslo/Kongsvinger 1996

The Creative Economy Initiative; *The Role of the Arts and Culture in New England's Economic Competitiveness*. The New England Council, Boston MA, 2000

# Vedlegg 4

Nye Vevlen



**Verdiskaping med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer.**

**-delutredning innenfor utredningen "Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping"**

Geir Thomas Risåsen og Anne Sæterdal NIKU  
NIKU desember 2002

## Bakgrunnen for delutredningen

Miljøverndepartementet ønsker å se nærmere på sammenhengen mellom miljøkunnskap og verdiskaping i samfunnet. De ønsker en belysning av dette med spesiell fokus på kunnskap om kulturminner og kulturmiljøer. Miljøalliansen er oppfordret til å påta seg et utredningsprosjekt med dette som tema. I et brev til Miljøalliansen (17/10-02) har Miljøverndepartementet pekt på at de ønsker å knytte utredningen opp mot tre prosesser som er i gang som en del av opptrappingsplanen for kulturminnefeltet som politikkområde:

- etablering og utvikling av et kulturminnefond (MD)
- utarbeiding av stortingsmelding om en ny politikk for kulturminnefeltet(MD)
- utredning av kunnskapsbehov på feltet kulturminner og kulturmiljøer (NFR)

Vi har hatt disse tre prosessene i tankene når denne delutredningen er laget.

## Ide og hensikt med denne delutredningen.

Ideen er å bruke et konkret kulturmiljø /kulturminne som utgangspunkt for å tenke igjennom flest mulig konkrete aspekter ved en verdiskapingsprosess. Det er nyttig for vårt formål å bruke et eksempel fordi det kan konkretisere tanker og ideer om sammenhengen mellom verdiskaping og kulturminner. Vi har valgt Vevlen gård, et kulturminne som *ikke* har vært igjennom en verdiskapingsprosess, men som etter vår vurdering har et stort verdipotensiale som kan utløses. I utgangspunktet er det for denne delutredningen ikke så viktig hvilket ”objekt” vi har brukt. Formålet er først og fremst å tenke igjennom verdiskapingsbegrepet relatert til kulturminnefeltet og hvilke prosesser som kan bidra til å utløse kulturminnenes verdier. Vi kunne ha valgt et kulturminne som allerede har vært gjenstand for en verdiskapingsprosess, der bestemte aktører med konkrete erfaringer foreligger. Det ville ha vært en nyttig for videreutviklingen av tenkningen rundt kulturminnefeltet og verdiskaping om en slik empirisk undersøkelse ble gjennomført. Det ville imidlertid ha sprengt rammene for denne delutredningen.

Delutredningen vil:

Dokumentere i grove trekk det konkrete kulturminnet vi har i tankene med vektlegging av det som representerer muligheter for verdiskaping. Dette gjør vi i vedlegg 1 under tittel ”Råstoff til en besøksguide for Vevlen gård”.

Beskrive nødvendige elementer i en verdiskapingsprosess slik vi ser det basert på dette konkrete eksemplet, men også med erfaring fra annet lokalt utviklingsarbeid.

Trekke noen konklusjoner og skissere noen forslag til hvordan en kan gå videre med å konkretisere sammenhengene mellom kulturminner og verdiskaping. Det kan være at delutredningen kan bidra til å initiere en prosess der Vevlen gård kan bli godt dokumentert for ettertiden. Muligens kan det også utløse en ny vurdering av om det bør og kan settes i stand, aktiviseres, tas i bruk og lanseres som en økonomisk og kulturell verdi. Se vedlegg 4.

## Kort om eksemplet Vevlen gård

Vi har valgt *Vevlen gård* utenfor Halden som vårt eksempel. Selve Vevlen gård er antakelig fra 1500-tallet eller tidligere. Det som interesserer spesielt på Vevlen gård i

dag er hovedbygningen fra 1808. Den ble bygget av eidsvollsmannen Carl Adolph Dahl. Bygningen er bygget som lystgård og sommerbolig. Det er et teglbygg i to etasjer omgitt av en romantisk hage som i dag er gjengrodd.

Hovedbygningen er i dag ikke aktivisert som verdi; verken som kunnskapsverdi, opplevelsesverdi og heller ikke som bruksverdi. Den står som et symbol på det motsatte av verdiskaping, nemlig verdier i sterkt forfall.

Vevlen gård representerer ikke en typisk norsk bygdekultur. Det kan ikke anvendes tradisjonell bygdeutviklingstenkning der tilknytning til lokale tradisjoner, stimulering av lokal identitet og illustrering av lokale livsformer er det sentrale. Den representerer imidlertid en spesiell historisk periode som kan fortelle mye om Norge som selvstendig nasjon. Den ligger i en landsdel og i en kommune som har vært og er en av de viktige innfallsportene til Norge for skandinavisk og europeisk kultur, og i dag ikke minst for bilturister fra Europa.

Vevlen gård er ikke fredet, men er klart verneverdig. Den er i privat eie.

Hovedbygningen er en fremtredende representant for noe av det beste innen den dansk-norske felleskulturen før det bruddet som fant sted i 1814. Hagen var anlagt som en romantisk landskapspark med grotter og saluttbatteri. Gården representerer et opplevelsespotensiale som etter vår vurdering kan utløses i en verdiskapings-prosess.

Vevlen gård ligger nær Halden. Haldendistriktet er rikt på kulturminner. Ikke minst har spenningsforholdet mellom by og land; Halden og de omkringliggende landkommuner satt sitt preg på distriktet. Allerede på 1700-tallet gikk Haldensborgerskapet til anskaffelse av lystgårder ute på landet. Mange av de tidligere lystgårdene er bevart i byens omland. Mest kjent er Ankerfamiliens eiendom Rød som i dag er åpen for publikum. Vevlen føyer seg inn i denne rekken, som et anlegg av betydelig kulturhistorisk og opplevelsmessig verdi.

*I vedlegg 1 har vi samlet en del kunnskap om Vevlen gård. Vi kaller vedlegget "Råstoff til en besøksguide"*

### **Verdiskaping som begrep- et moteord?**

Verdiskaping er et begrep hentet fra næringslivet. Det brukes i dag også på ulike områder innenfor offentlig forvaltning; i stortingsmeldinger, i forskningsstrategier og ulike satsningsprogrammer. Det brukes ofte uten at det er definert og med åpning for ulike tolkninger. Slår vi opp i et eldre leksikon finner en ikke dette begrepet. I Aschehoug og Gyldendals store ordbok fra 1992 finnes noe som ligner:

*"Verdiskapende - det å skape materielle og åndelige verdier"*

Vi møter daglig begrepet verdiskaping. I avisene debatteres vilkårene for verdiskaping i det norske samfunnet, om offentlig sektor gjør nok, om næringslivet er nok fokusert på det og ikke minst om vi har en forskning i Norge som er tilstrekkelig rettet inn mot verdiskaping i det norske samfunnet.

Det er blitt et moteord i den forstand at det brukes av mange, i mange ulike sammenheng der det forutsettes at folk vet hva det betyr. Det er ikke like lett å finne debatter om selve begrepet eller definisjoner som kan fange opp den brede bruken.

*Næringslivets* definisjon knytter seg til etablering av arbeidsplasser og virkning på brutto nasjonalprodukt (BNP).

I *offentlig forvaltning* brukes det ofte med henvisning til en *tilretteleggerfunksjon*; det offentlig bidrar til verdiskaping gjennom å legge til rette for utvikling av næringer og arbeidsplasser.

*Forskningsrådsdefinisjon* knytter seg oftest til det å få fram *kunnskap og bidra til nyskaping*. Gjennom kunnskap og nyskaping kan det utvikles ideer til produkter, kompetanse og verdier som kan omsettes og derved danne grunnlag for ny næring eller videreutvikle etablerte næringer.

*Kultursektorens* definisjon vil vektlegge *opplevelsesverdier* knyttet både til materielle og åndelige verdier.

### **Hvorfor er verdiskapingsbegrepet viktig for kulturminnefeltet?**

For kulturminneforvaltningen i bred forstand, både den i offentlig og den i privat regi, er det viktig å gjøre så klart som mulig hva sammenhengen er mellom forvaltning av kulturminner og verdiskaping i samfunnet. Denne delutredningen gjennomgår og strukturerer opp en slik sammenheng. I en senere fase kan det prøves ut empirisk, enten som del av en konkret verdiskapingsprosess eller som en analyse av verdiskapingsprosesser som allerede er gjennomført med kulturminner eller kulturmiljøer som utgangspunkt. Det mer overordnede og langsiktige svaret på spørsmålet ovenfor er at vi *alle* (også kulturminneforvaltningen) må være med å *skape verdier i samfunnet* (ikke bare verne) slik at vi kan opprettholde og fordele en akseptabel levestandard, materielt og åndelig ikke bare i Norge men for jordens befolkning. Det mer konkrete og dagsaktuelle svaret er den samfunnsmessige utfordring som ligger i at kulturminner i mange tilfelle i dag forfaller, er lite kjent og ikke utnyttet verken kulturelt eller økonomisk. Kulturminner blir i dag oftere betraktet som et pengesluk enn som et utgangspunkt for verdiskaping.

Begrepet er også viktig rent praktisk for kulturminnevernet, fordi de aktører og dokumenter som definerer politikken og rammebetingelsene for kulturminnevernet i Norge i økende grad fokuserer på dette begrepet. Kulturminnefeltet møter i dag begrepet verdiskaping i mange sammenhenger.

I *Forskningsrådets utkast til ny strategi* (3 utkast) ligger verdiskapingsbegrepet inne som et sentralt motiv for å drive forskning. Forskning skal bidra til verdiskaping i betydningen nyskaping og innovasjon. Forskningssøknader må begrunne sin nytteverdi og ofte helt konkret hvordan kunnskapen som produseres kan bidra til verdiskaping i samfunnet.

I *NOU 2002:1 Fortid former Framtid*- legges det mye vekt på å få fram kulturminnene som en verdifull ressurs i ulike typer utviklingsprosesser. Det pekes også på at den offentlige kulturminneforvaltningen i mange tilfelle oppleves som en hindring eller en begrensning for næringsutvikling. Det pekes på at det må legges mer vekt på å se de samfunnsmessige sammenhengene kulturminnevernet inngår i. Det må legges bedre til rette for at lokale og regionale krefter, private og offentlige kan utvikle sin kulturarv på

en slik måte at den kan skape sysselsetting i området. Begrepet verdiskaping inngår i NOU'ens visjon.

Den utredningsgruppen som nå arbeider med å kartlegge FOU behovene på kulturminnefeltet vil også, etter ønske fra Miljøverndepartementet omtale kunnskapsbehov knyttet til sammenhengen mellom kulturminner og verdiskaping.

I den nye stortingsmeldingen på kulturminnefeltet som nå er under arbeid er det også bebudet at dette blir en viktig innfallsvinkel.

I Riksantikvarens(RA) 's strategi fram mot 2005 er kulturminneverdiene beskrevet som "viktige ressurser for samfunnet". Det dreier seg om kunnskapsressurser, opplevelsesressurser og bruksressurser. Også RA har igangsatt arbeid for å konkretisere verdiskapingspotensialet på kulturminnefeltet.

Kulturminnefeltet er relativt nytt som tydelig politikkkfelt. I dag er det en klart økende interesse for feltet. Der er derfor ekstra viktig å knytte kulturminnefeltet til andre samfunnsmessige prosesser som går, også de som gjelder verdiforvaltning og verdiskaping i næringslivet.

Det er ikke vanskelig å finne eksempler på at kulturminner er relevante for næringslivet. Kulturminner og kulturmiljøer kan for eksempel virke som positiv lokaliseringfaktor for nyetableringer og som utgangspunkt for lokalsamfunns-utvikling. De kan også danne utgangspunkt for positiv profilering av bedrifter og næringer. De kan være en viktig del av kvalitetsutvikling i reiselivskonsepter. Kunnskap om kulturminner og den kulturhistoriske sammenheng de har oppstått i, er helt sentral for kvalitets- og produktutvikling innen for denne næringen. Kulturminner og kulturmiljøer tjener ofte som konkrete utgangspunkt for ulike typer kulturformidling (jfr historiske spill, opera, konserter). Kulturminnekunnskap er blant annet relevant for materialteknologi. "Hus i Norge"<sup>1</sup> har frembragt verdifull kunnskap om de eldste bygningene. Sammen med annen forskning på feltet vildette kunne bidra til at trevirke kan benyttes i større grad, også til større hus. Dette kan gi positive miljøvirkninger og bidra til vekst i norsk skogbruk og treindustri. Kunnskap om kulturminner og kulturminneforvaltningen kan gjennom forskning og utvikling også bidra til utveksling av kompetanse med andre land, som del av bistandsarbeid, EU-samarbeid og samarbeid i Norden.

I lys av dette bør verdiskaping være et viktig perspektiv også i offentlig kulturminneforvaltning. Det må tenkes vern og bruk. Det må tenkes vern for verdiskaping i betydningen utvikling av materielle og åndelig verdier. Det må tenkes i tilgjengelighet, formidling, videreutvikling og utprøving av forretningsideer koplet til de verdier som sikres. Dette må skje i et samarbeid mellom det offentlige og næringslivet.

### **Fylkene kan være viktige aktører.**

Ved gjennomsyn av en del fylkesplaner og fylkesdelplaner, på jakt etter hva som skrives der om kultur og kulturminner, så ser vi at mange fylker har en forståelse av sammenhengen mellom kultur/kulturminner og næringsutvikling. Kultur betraktes ikke bare som en aktivitet eller en interesse hos enkeltindivid, noe en holder på med på

---

<sup>1</sup> Norsk institutt for kulturminneforskning -NIKUs strategiske instituttprogram 1996-2000

fritiden. Kulturaktiviteter og kulturminner er etterspurt og bidrar mange steder til inntekter, skaper sysselsetting både til utøvere og tilretteleggere. Kulturbasert næringsutvikling står på egne bein og i tillegg er det en helt sentral del blant annet av reiselivsnæringens utvikling. Det er en vei å gå for den offentlige kulturminneforvaltningen dersom de skal relatere seg aktivt tilretteleggende for næringsutvikling med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer. Fylkene har kulturminnekompetanse. De har også viktige planfunksjoner og oppgaver knyttet til regionalutvikling. De bør kunne trekkes inn i et verdiskapingsprogram med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer.

Vi har i vedlegg 1 laget en litt omfattende beskrivelse av Vevlen gård for å få fram at det her er svært mye, både materielt og åndelig å ta fatt i som utgangspunkt i en verdiskapingsprosess.

### **Kulturminneverdier forfaller og går tapt –Vevlen gård forfaller.**

I dag finnes det ikke samtlende oversikter som kan si noe generelt om hvilken tilstand kulturminner og kulturlandskap er i. På kulturminnefeltet er det dominerende bildet verdier som forfaller og ikke verdier som skapes eller utløses. For enkelte grupper kulturminner er det gjort undersøkelser som viser at det årlige tapet er stort. Det vanlige estimat for tapet på synlige automatisk fredete kulturminner har tidligere vært på ca 1% i året.<sup>2</sup>

NIKU har blant annet gjennomført undersøkelser i 9 kommuner av tap og skade på automatisk fredete arkeologiske kulturminner. Her ble det årlige tapet stipulert til fra 0,7 promille til 0.8%. Det vil si noe lavere enn tidligere antatt. Antallet som blir skadet er vanligvis større, ca 2 ½ gang større.

Skade eller tap av kulturminner skjer løpende, i hovedsak som en konsekvens av inngrep knyttet til utbygging, til tidens tann og til ukyndig forvaltning. Tapstallene er naturlig nok større i bynære områder enn i utkant og spredtbygde strøk. Bare en liten del av endringsprosessene i samfunnet som påvirker kulturminner og kulturmiljøer er resultat av kunnskapsbelagte beslutningsprosesser der bevisste valg mellom rivning/fjerning, bruk og vern er foretatt. Plan- og bygningsloven som regulerer arealforvaltningen er et viktig virkemiddel. Denne er nå under revidering og en av ambisjonene er en forsterkning av kravet om at konsekvenser for kulturminnevern av arealinngrep skal belyses. Det er først de senere årene at skade eller fjerning av fredete kulturminner følges opp av myndighetene innen begrepet ”miljøkriminalitet”. Det offentlig kulturminnevernet har for dårlig oversikt over hva som faktisk finnes av kulturminner og i hvilken tilstand disse er i. Systematiske opplegg for overvåkning er ikke på plass. Heller ikke metoder og system for å gi prognoser for hvor det er viktige funn å forvente. I et verdiskapingsperspektiv er dette en klar mangel.

Møtet med Vevlen gård reiser spørsmålet – når er det for seint? Når har forfallet gått for langt? Parken er gjengrodd og hovedbygningen preges i dag av tiltagende forfall. Huset har stått ubebodd og uten oppvarming siden tidlig på 1980-tallet. I 1985 ble bygningen midlertidig sikret med et blikktak bekostet av Riksantikvaren ( for sysselsettingsmidler) for å stanse lekkasjene som var i ferd med å forplante seg

---

<sup>2</sup> Se St melding nr. 58 (1996-97) Miljøvernpolitikk for en bærekraftig utvikling.

nedover i bygningen. Deler av endeveggen har rast ut – et resultat av det ble gravet ut kjeller under deler av huset. Veggen ble provisorisk murt opp igjen, mens kjelleren jevnlig har vært fylt med vann på grunn av dårlig drenering. I den senere tid har stadig flere vinduer blitt knust. I en artikkel 31. august 2002 kunne Halden Arbeiderblad fortelle etter en vandring parken at ”det vil koste titalls på titalls millioner om Vevlen skal restaureres til fordums prakt. De pengene er det ingen som har.”

Det er ikke utført noen tilstandsvurdering av hovedbygningen på Vevlen. Det foreligger derfor heller ingen økonomiske anslag for hva en eventuell istandsettelse vil kunne koste. Vevlen er pr. i dag et privat ansvar, et ansvar som er vesentlig større enn hva en enkelt privatperson vil kunne makte. Det gjort lite for å synliggjøre hvilken ressurs dette historiske anlegget representerer.

Alt tyder på at Vevlen er et sentralt og unikt anlegg i norsk sammenheng. Så langt har ingen stilt spørsmålet om vi har råd til å miste det. Retter en blikket mot Estland så rommer den estiske landsbygda til sammenligning bortimot 900 beslektede anlegg. Det store flertall av landets herregårdsbygninger der overgår hovedbygningen på Vevlen både i størrelse og dårlig teknisk tilstand. For Estland utgjør disse kulturminnene en så viktig del av landets kulturhistorie at det i dag pågår en innbitt kamp for å få reddet de gjenstående restene etter generasjoner med forfall. De representerer en ressurs som Estland i dag ikke har råd til å gi slipp på.

### Forsøket på Vevlen gård som ikke førte fram

Ved gjennomgang av riksantikvarens arkiv fant vi en rekke avisklipp fra tidligere forsøke på å redde Vevlen gård fra forfall. Se vedlegg 3.

| År    | Tiltak   | Aktør  | Kilde                             |
|-------|--|--|-----------------------------------|
| 1982. | Artikkel med appell til fortidsminnevernet om å gjøre noe for å redde Vevlen   |  | Halden Arbeiderblad Desember 1982 |
| 1984  | De tidligere stortingsmenn Jon Leirfall og Erik Braadland kontakter fylkeskonservator Rolf Atle Bråten og museumsforvalter Einar Gundersen, Borgarsyssel Museum, og lanserer plan om å skaffe til veie kr. 50.000,- som "en førstehjelp" til bygningen |  | Halden Arbeiderblad 03.10.1984    |
| 1984  | Befaring for å vurdere redningstiltak. Man tar sikte på å få lagt "en paraply" over bygningen  | Riksantikvar Stephan Tschudi-Madsen                            | Halden Arbeiderblad 03.10.1984    |
| 1984  | Vevlen gård skal reddes. Et snekkerlag på 6-7 mann og en arbeidsleder fra Østfold Kulturminnevern bygger "paraply" (plåttak) for å stoppe forfallet.   | Muliggjort gjennom Riksantikvarens bevilgning på kr. 30.000,-. | Halden Arbeiderblad 29.10.1984.   |
| 1986  | Forvalter Einar Gundersen ved Borgarsyssel Museum akter å sette seg i spissen for en "stiftelse" som vil få til hensikt å bevare Vevlen.   | Einar Gundersen som privatperson                               | Halden Arbeiderblad 13.09.1986    |
| 1987  | På ekstraordinær generalforsamling fikk styret for stiftelsen "Gamle Østfold" de nødvendige fullmakter til å avslutte forhandlingene med eieren av Vevlen, Knut Dahl.  | Stiftelsen "Gamle Østfold"                                     | Halden Abeiderblad 07.02.1987.    |
| 1987  | Stiftelsen "Gamle Østfold" vil inn for å satse på restaurering av Vevlen.  | Formann i stiftelsen Einar A. Gundersen                        | Sarpsborg Arbeiderblad 11.02.1987 |
| 1988  | Riksantikvaren utaler at bevaring av Vevlen må løses lokalt.   | Riksantikvar Stephan Tschudi-Madsen                            | Halden Arbeiderblad 09.04.1988    |



## **”Kulturminner og kulturmiljøer – kilde til opplevelse, utvikling og verdiskaping.”**

Vi har argumentert foran for at verdiskaping bør være et viktig siktemål for kulturminneforvaltningen; for den samlede innsats fra private og offentlige på ulike områder som samarbeider for å holde vedlike og utvikle kulturminner. NOU 2002:1 ”Fortid former framtid” har en visjon for den nye kulturminnepolitikken :

*”Kulturminner og kulturmiljøer – kilde til opplevelse, utvikling og verdiskaping.”*

Vi trenger å vite mer om hva det er som skjer i konkrete verdiskapingsprosesser knyttet til kulturminner. Det å drive fram en verdiskaping med utgangspunkt i et kulturminne er en kompleks prosess, med mange faser og mange aktører. Det er mange og ofte motstridende hensyn å ta. I det følgende skal vi forsøke å gi en struktur for å beskrive noen elementer i en slik prosess, slik vi kan tenke oss det ut fra Vevlen gård som eksempel.

### **Nysgjerrighet som drivkraft og stimulerende opplevelse**

Nysgjerrighet og undring er et viktig utgangspunkt for opplevelse. Når det gjelder Vevlen gård så utløser den nettopp dette. Vevlen gård er trolsk. Forbipasserende legger merke til gården. Det virker gåtefull, overveldende og samtidig forlatt. Den er vakker, men samtidig i sterkt forfall. Den signaliserer rikdom og overskudd, men samtidig i dag også en type fattigdom, siden forfallet er kommet så langt som det har. Den signaliserer at det ligger historier som venter på den som vil gå videre og undersøke. Historier som du som observatør blir interessert i å vite om. Hvem bygget denne gården? Hvorfor ble den bygget? Hvorfor akkurat her? Hvorfor har den forfalt? En observatør blir motivert for å skaffe seg kunnskap om stedet og dets historie. Det har mao skjedd en *verdiskaping i betydningen åndelig verdi = nysgjerrighet*. Nysgjerrigheten er en viktig verdi som samfunnet ønsker å stimulere<sup>3</sup>.

### **Skaffe seg kunnskap – gjøre undersøkelser, berike opplevelsen.**

En undrende observatør forsøker å tilegne seg kunnskap om stedet. Kunnskap om Vevlen gård er så vidt vi vet ikke godt dokumentert. Halden historiske samlinger har en del stoff om Vevlen. I presentasjonsmaterialet fra Østfold fylkeskommune har vi ikke funnet noe om Vevlen gård. I Riksantikvarens arkiv finner vi kopier av oppmålingstegninger og noe avisklipp, samt noe knyttet til bygging av ny bolig på gården.

I følge nåværende eier har de et privat materiale med brev og bilder som de nå holder på med å gå gjennom. Det vi har klart å skaffe fram i her om Vevlen gård, bare skjerper interessen for å gå videre med å lage en grundig og systematisk dokumentasjon av bygningens historie, utforming og bruk. Dette kan bli et verdifullt kulturhistorisk materiale; *en varig kunnskapsverdi som grunnlag for opplevelse og forståelse*. I tillegg til kunnskapsverdi vil det også gi en verdifull *metodeerfaring* som kan brukes i andre sammenheng; nasjonalt og internasjonalt.

### **Formidling og deling av kunnskap og opplevelser.**

---

<sup>3</sup> Jmf NFR-tiltaket Nysgjerriger for barn og unge.

Historien om Vevlen gård og de som har bodd der gir motivasjon til å framskaffe mer kunnskap og til å framstille dette på måter som andre kan ha glede av. Det er svært ofte slik at en kunnskapsutvikling som er resultat av engasjement, vil bli formidlet på måter som letter tilgjengeligheten for andre. Formidling drevet fram av engasjement inspirerer mottaker. Kulturminneforskere er ofte kunnskapsrike og mange av dem er gode formidlere. De har kunnskap om de konkrete kulturminnene og i tillegg utallige historier om de sammenhenger kulturminnet har inngått i gjennom tidene. Det at *kunnskapen settes inn i en sammenheng og blir delt av flere, gjort tilgjengelig for flere er en verdiskapingsprosess*. Kunnskap om menneskers liv og historie formidlet konkret i forhold til et sted eller et objekt du har vært nysgjerrig på, kan gi deg en dypere forståelse. Det at kunnskapen videreformidles og deles er et viktig og nødvendig ledd i verdiskapingen.

### **Opplevelsen av stedet og kulturminnet blir styrket - lysten til å ”ta vare på” vekkes.**

Undersøkelser, kunnskap og formidling styrker og fordyper opplevelsen av kulturminnet og bidrar til en felles forståelse av at dette kulturminnet er viktig. For den som har mottatt en kunnskap om Vevlen gårds historie blir et besøk på stedet av en helt annen verdi. Spres kunnskapen vil flere få lyst til å oppleve stedet. Det skaper også en bevissthet hos flere om nødvendigheten av vern og av aktiv bruk. Det gir tilknytning, motivasjon og lyst til å ”ta vare på”. Det er også nødvendige ledd i en verdiskapingsprosess. Det har tidligere vært gjort forsøk som ikke har ført fram. I følge fylkeskonservator foregår det ikke noe i dag for å få dokumentert eller formidlet Vevlen gård til allmennheten.

### **Samhandling og begynnende organisering kan utløses.**

Kunnskap om et kulturminne og formidling av denne til flere, må til for å skape en sterk nok opplevelse av et kulturminne til at folk velger å gå sammen om å organisere tiltak. Det kan gjelde en grundig dokumentasjon, istandsetting og organisering av bruk. Det kan gjelde samhandling med myndighetene om å få verdiskapingsprosesser i gang. Utvikling av vilje til *organisering av interesser rundt kulturminner er en verdiskapingsprosess*. For Vevlen gård ble det på 80-tallet utviklet et konsept for en stiftelse som skulle stå for istandsetting og drift, men den ble aldri formalisert og operativ. Dette hadde blant annet med eierforhold å gjøre.

### **Kulturminnet satt inn i en større sammenheng**

Det konkrete kulturminnet settes inn i en sammenheng rent fysisk og kulturhistorisk. Fortellingene om kulturminnet og stedet må dyrkes fram og gjøres tilgjengelige. Ligger det i et kulturmiljø med flere andre attraksjoner slik at det kan koples sammen til en kultursti, en kulturveg eller en opplevelsesløype er det en stor fordel, verdiskapingen forsterkes. De enkelte kulturminnene kan forsterke hverandre og koples til et hele som gir større opplevelse. For Vevlen gård er dette mulig. Den ligger i et kulturhistorisk interessant område, (Idd middelalderkrikk, Herrbø, m.m langs den blå-grønne vegen) som Halden allerede har satsset på.

## **Mobilisering av interessenter**

Aktiv mobilisering av interessenter for bruk og vern av et kulturminne forutsetter godt forarbeid. Viktigst er dokumentasjon, kunnskap og formidling. Er ikke forarbeidet gjort i tråd med det som er skissert foran, klarer en heller ikke å mobilisere godt nok. For Vevlen gård ble det gjort et forsøk på bred mobilisering midt på 80-tallet. Se vedlegg 3. Mye tyder på at forarbeidet ikke var godt nok. De grunnleggende vilkårene viste seg ikke å være tilstede for å utløse det potensialet som gården fortsatt synes å ha som kulturminne. Grunnene til at det ikke gikk den gang var sikkert svært sammensatte. Det kan ha vært interessemotsetninger mellom ulike aktørgrupper, eierinteresser, kulturminnemyndighetenes arbeids- og kommunikasjonsformer, ulikt syn på framtidig bruk osv. Det er viktig med grundig mobilisering av lokale krefter private og offentlige, regionale myndigheter, administrativt og politisk, enkeltpersoner, foreninger og lag med tilknytning til eller interesser for stedet og historien osv.

## **Ideer, visjoner, tanker og planer om istandsetting, vern og bruk**

Når det er mobilisert og organisert interessenter, så vil det være muligheter for å utvikle ideer og planer for hvordan en kan gå videre med utvikling av kulturminnet. Slike ideer må være lokalt forankret, skreddersydd i forhold til de interessenter som er med og ikke minst tilpasset den ressursituasjon som er mulig å bygge på. Det kan utvikles noen scenarier. Hvor skal Vevlen gård være i jubileumsårene 2005 eller 2014? Alternativer må utvikles for å skarpstille de felles forestillinger om hva som vil skje. Her er tre tenkte alternativer.

### *A-2014 Vevlen gård er revet og glemt*

Søkt om rivning i 2004. Rivningstillatelse innvilget. Fylkeskonservator ser antakelig ingen muligheter for å redde dette. De må prioritere andre formål. Forfallet går jevnt og trutt. Kunnskap glemmes og går tapt. Dette er det mest sannsynlige alternativ i dag. Det som skjer dersom ingen gjør noe aktivt i forhold til hovedbygningen på Vevlen gård.

### *B 2014 Vevlen gård er revet men ikke glemt*

I 2003 igangsettes en grundig dokumentasjon. Vevlen gård blir gjennomgått og satt inn i en kulturhistorisk sammenheng. Arbeidet er finansiert gjennom flere kilder både lokale, regionale og nasjonale, både private og offentlige. Arbeidet går over to år og resulterer i et vakkert bokverk og en dokumentasjon på internett som er tilgjengelig for reiselivsnæringen, skolene i fylket og andre. Hageanlegget dokumenteres av Norges landbrukshøgskole (NLH). Eiers private samling av bilder og brev som er relevante inngår i dokumentasjonen. Etter at dette er avsluttet, blir det søkt om rivningstillatelse som innvilges. Dette er et realistisk alternativ. Det må mobiliseres ressurser, men ikke i så stort omfang som i alternativ c.

### *C 2014 Vevlen gård er istandsatt og organisert som en kulturstiftelse .*

Kanskje noen har begynt med tilrettelegging for kulturisme i samarbeid med kommunen og regionale utviklingsmyndigheter? Dette kan bare skje dersom det lykkes å mobilisere bredt både kompetanse og økonomi i et langsiktig perspektiv for eksempel med 2014 som en milepel.

Vi kan forestille oss at det er utviklet et blomstrende samarbeid med lokale og nasjonale teatervirksomheter om oppsetninger i den historiske bygningen og i den restaurerte hagen. Bygningen brukes til utstillinger og til selskapslokaler. Kulturskolen og "Den kulturelle skolesekken" har sine tilstelninger der og lokalene brukes som utstillingslokale. Det er lagt til rette for aktiviteter for barn og ungdom. Vevlen gård inngår som ett av flere kulturminner i en mye brukt kulturløype i området - tilrettelagt både for sykkel og bil. Den er attraktiv både for lokalbefolkningen, for byene omkring og for turister. Gjennom den gode dokumentasjonen av den kulturhistoriske sammenhengen er den mye brukt av skoler som skal formidle Norges historie. Det er fristende å fabulere rundt dette, men erfaringen tilsier at dette vil være et svært ressurskrevende scenarie.

### **Konsept/forretningside - utviklet i samarbeid med interessenter**

For at verdiskaping i næringslivets forstand skal finne sted må det utvikles et forretningskonsept som kan gi en realistisk drift. Fra dette punktet og framover skiller ikke verdiskapingsprosessen knyttet til kulturminner seg nevneverdig fra andre typer bedriftsetableringer, bortsett fra de hensyn som må tas til slitasje for å beholde kulturminnet og til bevaring av kulturminnets ekthet (autentisitet). Det er viktig med en gjennomtenkt forretningside, en god organisasjonsmodell for samarbeidet og realistiske driftsbudsjetter basert på markedsanalyser. Det er viktig med god ledelse, tydelig organisering og klar styring. Det er viktig med bedriftsrådgivning for å utvikle konseptet og nettverk med lignende etableringer for å lære og utveksle erfaringer, særlig i den første fasen.

### **Formalisering av rettigheter og plikter er spesielt viktig**

Når en har kulturminner som utgangspunkt, er det viktig at rettigheter og plikter er godt definert. Dette er spesielt viktig fordi det dreier seg om bruk av en ikke fornybar ressurs. Forskningsbasert kunnskap om hva sårbare kulturminner og kulturmiljøer tåler av ekstra ferdsel og slitasje er viktig. Det må skje en tilrettelegging som både ivaretar de besøkendes behov og hensynet til kulturminnet og kulturmiljøet.<sup>4</sup> En av motforestillingene nåværende eier av Vevlen gård har er at han og familien har erfaring fra tidligere forsøk som går ut på at myndighetene ikke holder det de lover. Det ble på 80-tallet oppfattet gitt løfter som ikke ble innfridd. Det ble også opplevet at det ble lagt restriksjoner som eier ikke ønsket. Rettigheter og plikter var ikke avklart i forkant.

### **Til diskusjon:**

#### **Verdiskapingsbegrepet *er* relevant for kulturminneforvaltningen!**

Begrepet verdiskaping kan med fordel konkretiseres og bearbeides med tanke på anvendelse for forvaltning av kulturminner og kulturmiljøer. En måte å få dette til på er å analysere erfaringer fra vellykkede verdiskapingsprosesser der kulturminner og kulturmiljøer har vært utgangspunktet. Erfaring som kan overføres til andre forsøk og bli veiledende. Det kan være nyttig å gå inn i et utvalg konkrete prosjekter og kartlegge

---

<sup>4</sup> NIKUs overvåkningsprosjekt av tilstanden på Domkirkeruinen under vernebygget på Hamar er et eksempel på hvordan forskningen må følge med, også etter at det er gjort tilrettelegging for kulturopplevelser i gamle bygg og konstruksjoner.

empirisk hva som har vært de viktigste suksesskriterier og hva som har vært hindringer. De prosesser som knytter sammen kulturminnefeltet og verdiskaping kan med fordel være tema for forskning.

### **Den offentlig kulturminneforvaltning bør legge aktiv til rette for verdiskaping!**

Kulturminnevernet på regionalt og lokalt nivå bør settes i stand til og inviteres til å arbeide med verdiskapingsprosjekter for sine kulturminner og kulturmiljøer. I standsetting og vern for aktiv og lønnsom bruk av kulturminner og kulturmiljøer må betraktes som en integrert og viktig del av arbeidet med regional utvikling. Mange regioner har i dag erfaringer som andre kan dra nytte av. Den sentrale kulturminneforvaltningen må se sin oppgave som å støtte opp om slik prosesser og legge til rette for erfaringsutveksling og læring. Det krever at kulturminneforvaltningen må ha mer kunnskap om de samfunnsmessige prosesser og rammebetingelser knyttet til verdiskaping, slik at de kan stimulere denne typen prosesser og prosjekter.

### **Verdiskaping på kulturminnefeltet forutsetter komplekse prosesser med mange aktører.**

Vi har forsøkt å beskrive ulike elementer som bør inngå i en verdiskapingsprosess. Ved gjennomgang av konkrete eksempler blir det tydelig at det er en del vilkår som må være tilstede for å lykkes og at det stiller store krav til prosesskompetanse. Dyp kunnskap om kulturminnene og god evne til kunnskapsformidling er selvsagt også helt avgjørende. Mobilisering og samarbeid mellom mange ulike aktører lokalt og sentralt, privat og offentlig er nødvendig. Kunnskap om prosjektutvikling, bedriftsetablering, ledelse og organisering, markedsføring og salg osv er nødvendig for å komme i mål. Med mer empirisk basert kunnskap om konkrete prosesser vil en kunne utvikle gode prosessmodeller for folk lokalt som ønsker å gå i gang med utgangspunkt i "sine" kulturminner.

### **Det bør etableres et verdiskapingsprogram for å utløse verdipotensialet i kulturminnefeltet i Norge**

Kanskje bør Norge satse på et nasjonalt verdiskapingsprogram for kulturminnefeltet. Dette kan dreie seg om verdiskaping både på kort sikt (3-5 årsperspektiv) og på lang sikt (for de neste generasjoner). Det kan enten være et eget program eller et prosjektområde innenfor et annet verdiskapingsprogram. Som et eksempel ble det for drøyt ett år siden igangsatt et Utviklingsprogram Verdiskaping 2010. Det er i dag 8 satsninger i gang fordelt over hele landet. Programmet er et samarbeid mellom NHO, LO, SND og Norges forskningsråd. Hovedmålet er å bidra til en bedriftsintern og nettverksbasert nyskaping gjennom bred medvirkning og bruk av forskere som utviklingspartnere. Fokus er på brede regionale partnerskap. Det bør undersøkes om noe lignende kan være et forbilde for kulturminnefeltet, eller om noen prosjekter med kulturminner som utgangspunkt kan knyttes inn i programmet for å vinne erfaringer i en forskningsmessig setting.

Det konkrete som kan skapes ut av dette er:

- -Bedrifter som arbeider med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer som får et nettverk og veiledning til å utvikle egen bedrift videre og til å stimulere til nyetableringer.

- -Godt bevarte og dokumenterte kulturminner og kulturmiljøer som opplevelses- og kunnskapsverdier for nåtid og etterslekten.
- -Grunnlag for utvikling av opplevelsesnæringer som for eksempel reiseliv og kulturformidling. Dagens turister stiller krav om unike opplevelser. Dagens kulturformidling søker stadig nye formidlingsarenaer. Ofte benyttes kulturminner i slike sammenheng.
- -Kompetanse knyttet til tradisjonelle håndverk kan danne grunnlag for småbedrifter eller tilleggsnæring
- -Kompetanse for en framtidsrettet kulturminneforvaltning som kan eksporteres eller utveksles internasjonalt som del av bistand, EU-samarbeid m.m.

Ideen om et verdiskapingsprogram eller kopling til et slikt program bør videreutvikles. Samarbeid kan søkes med regionale FOU - stiftelser, de som arbeider med regional utvikling i fylkene, kulturminnemyndigheter og lokale bedrifter innen kulturliv, reiseliv og andre relevante bransjer og selvsagt forskningsrådet. Kanskje den nye stortingsmeldingen om kulturminnevern, som nå er under arbeid er et sted å lansere en slik ide?

### **Kulturminnefondet kan bli et verktøy for verdiskaping på kulturminnefeltet.**

Det nye kulturminnefondet som er etablert, kan med fordel koples opp eller virke i samspill med et verdiskapingsprogram. Det er viktig at tilskudd til istandsetting blir gitt til prosjekter som har levedyktige konsepter for en lønnsom drift og bruk. En kan også tenke seg at støtte kan bli gitt som rimelige lån med innkalkulert tilbakebetaling som en del av driftskonseptet. Det bør i forbindelse med fondet utvikles erfaringsbaserte, veiledende kriterier til bruk ved vurdering av prosjekter som søker støtte.

### **Kulturminneforvaltning og verdiskaping i samfunnet bør bli et viktig forskningstema**

Det er behov for forskning som kan si noe om vilkår for å lykkes i verdiskapingsprosesser med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer. Det er også viktig å få bedre begrep gjennom forskning om hva slike prosesser kan tilføre vårt samfunn av både materielle og immaterielle verdier, og hvordan dette kan vektlegges og måles i beslutningsprosesser. En tilnærming til dette kan være konkrete studier der en ser på hva kulturminner i et avgrenset område totalt sett gir av verdier til samfunnet; lokalt, regionalt og nasjonalt.

### **Kompetanse på feltet kulturminner og kulturmiljøer**

Utvikling av kunnskap og kompetanse på kulturminner generelt og kulturminner og verdiskaping spesielt er i seg selv ”produkter” som kan omsettes og utveksles internasjonalt.

### **Vevlen gård bør dokumenteres!**

Bruken av Vevlen gård som eksempel i denne delutredningen har gjort oss overbeviste om at Vevlen gård bør dokumenteres grundig. Både hovedhus, hage og kulturhistorisk bakgrunn og sammenheng må fram. Det bør trekkes inn også andre bygg av samme type fra denne periode. Det vil i seg være en viktig verdiskaping å få dette nedfelt.

Om det er for sent eller ikke å tenke i retning av en full prosess med utgangspunkt i Vevlen gård kan vi ikke svare på. Ytterligere undersøkelser må foretas i tråd med det som er beskrevet over. En dokumentasjon vil, i tillegg til å være av verdi i seg selv, også kunne være et ledd i videre arbeid med å utvikle et konsept for Vevlen.

## **Vedlegg 1**

### **Råstoff til en besøksguide**

*Det er viktig å få fram et mest mulig korrekt, frodig og perspektivrikt stoff om det kulturminnet det gjelder. Folk må inviteres til undring og læring gjennom den kunnskap som gjøres tilgjengelig.*

### **Vevlen gård – gårdshistorie, hovedbygning og hage**

Det er noe trolsk over Vevlen. Få forbigående har unngått å legge merke til den særpregede hovedbygningen i upusset rød teglstein. Tilsynelatende er dette noe fremmed og uventet i forhold til hva vi ellers forventer å finne på den norske landsbygda. Men så er da heller ikke Vevlen en hvilken som helst gård. Det er en gård med rike tradisjoner, der hovedbygningen ble oppført som en imponerende sommerbolig for et velstående byborgerskap tidlig på 1800-tallet. Vevlen taler sitt klare språk om datidens ”honette” ambisjoner. Samtidig er denne bygningen en fremtredende representant for noe av det fremste innen den dansk-norske felleskulturen, før bruddet fant sted i 1814. I dag er hovedbygningen med tilhørende parkanlegg preget av langt framskredet forfall. Dette til tross så hviler det fortsatt en storhet over Vevlen.

### **Gårdens historie**

Den første av Vevlens eiere som omtales het Welrik Wefflin. Det er etter han at gården skal ha fått sitt navn. I 1575 omtales han som kirkeverge. Slik sett innleder han en lang rekke av mektige og vel ansette eiere på gården. I 1723 tilhørte Vevlen den mektige Joen Brynildsen Nordby. Deretter ble gården kjøpt av Fabian Stang (1709-1755), hvis sønn Jacob Stang (1745-1786) arvet gården i 1777. Da han måtte gjøre oppbud i 1782 ble gården solgt til hans stebor, den rike Thomas Andersen Stang (1741-1791) for 1.132 Rdlr. Seks år senere, i 1788, solgte han gården tilbake til Jacob Stangs enke, Gurine Dorothea født Romedal og hennes andre ektemann kaptein Thorleif Schelderup (1749-1807), for 1.700 Riksdaler. Ekteparet Schelderup ble boende på Vevlen til sin død.

Etter Schelderups død i 1807 kom gården igjen på salg. Ved auksjonen ble gården kjøpt av Carsten Tank (1766-1832) som året etter solgte den videre til kanselliråd Carl Adolph Dahl (1769-1819) for 8.938 Riksdaler. Dahl var gift med Johanne Theodora, datter av gårdens tidligere eier Thomas Andersen Stang. I følge tradisjonen skal hun ha vært medvirkende til at den nåværende hovedbygningen ble oppført, ettersom hun ønsket å slå stort på det.

### **Lystgården Vevlen**

Carl Adolph og Johanne Theodora Dahl hadde sitt hjem i Halden by, men tok Vevlen i bruk som sin sommerresidens eller lystgård for å bruke datidens betegnelse. Lystgårder som Vevlen var høyt verdsatt i samtiden og spilte en viktig rolle for den mer velstående

del av borgerskapet. Som landeiendommer utmerket de seg ofte som mønsterbruk med representative og påkostede hovedbygninger. I tillegg var deres hage- og parkanlegg betydelige etter norske forhold. Lystgårdene fra denne perioden var mer enn noe annet et uttrykk for tidens overskuddskultur, en kulturell gullalder som nådde sitt høydepunkt under de gunstige økonomiske oppgangstidene tidlig på 1800-tallet, som følge av høykonjunktorene under Napoleonskrigene.

Carl Adolph Dahl var sønn av en skipper. Som ung hadde han vært ansatt på kontoret hos sorenskiver og kancelliråd Horn i Idd og Marker. Dahl tok juridisk embetseksamen i 1791, og var deretter gjentatte ganger konstituert som byfogd og sorenskriver. Han var en fremtredende borger av Halden og i 1809, året etter at han hadde gått til innkjøpt av Vevlen, ble han utnevnt som kancelliråd, hvilket plasserte han i rekken av dobbeltmonarkiets høyerestående tjenstemenn. Som kancelliråd fikk han plass i den midlertidige regjeringskommisjonen som kongen hadde opprettet fordi Norge under Napoleonskrigen var isolert fra residenshovedstaden København. I 1810 ble han av det dansk-norske kongehus slått til ridder av Dannebrog. I den dramatiske politiske utviklingen som fulgte opprettet han et personlig bekjentskap med prinseregenten Christian Frederik, den senere 17. mai kongen. Som byfogd og sorenskriver i Halden ble han i 1814 valgt til Eidsvollsmann, og hvor han under Riksforsamlingen imidlertid tilhørte ”svenskepartiet”. I 1815 ble han slått til ridder av Nordstjernen. Dahl ble valgt til Stortingsrepresentant for Halden i 1818, men kunne ikke møte på grunn av sykdom. Han døde 3. juni 1819.

Sønnen brigadeauditør Carl Theodor Dahl (1802-1862) overtok Vevlen ved farens død. Carl Theodor var gift med Jacobine Mathea Unger, en søster av professor C. R. Unger. Dahls sosiale posisjon og gårdens fremtredende rolle som et av distriktets mest herskapelige anlegg er bakgrunn for at kong Carl Johan tok inn og overnattet her på flere av sine besøk i Norge. Ved et av besøkene skal kongen ha overrakt fru Jacobine Mathea Dahl et kostbart diadem som takk. Gjennom arv skal diademmet senere ha havnet hos generalinne Roscher Nielsen født Tandberg fra Halden. Under et annet besøk på Vevlen skal kongen ha latt sin adjutant overrekke fru en flat eske. Inni lå et glitrende smaragd Halsbånd med tilhørende øredobber. Også dette smykket har forblitt i familiens eie. Selv ble Carl Theodor Dahl hedret ved at Carl Johan i 1843 lot ham slå han til ridder av Vasaordenen.

Den sterkt musikalske Carl Theodor Dahl var gjennom flere år den bærende kraft i Haldens musikkliv. Her stiftet han ”Det musikalske selskap” i 1828, hvor han selv var instruktør. I hans eiertid fremsto Vevlen som et kultursentrum når familien tilbrakte sommermånedene her. Ikke minst ble det arrangert konserter i parken. Blant annet var den internasjonalt kjente fiolinisten Ole Bull en hyppig gjest på Vevlen i denne perioden, foruten komponisten F. A. Reissinger. Som sin far ble han valgt til stortingsmann i 1845. Da han lå på dødsleiet med feberfantasier, trodde han han hadde selskap: ”Champagne og østers til herrene, så sper vi på med sild til damene”, sa den døende.

Ved Carl Theodor Dahls død i 1862 ble Vevlen solgt ut av familien. Det var svigersønnen, Andreas Fritzner kjøpmann i Halden, som foresto salget. Nå ble gårdens betydelige skoger hugget ut og store deler av hovedbygningens opprinnelige inventar ble solgt. Den nye eieren klarte imidlertid ikke å finansiere kjøpet og det endte med at Carl Theodor Dahls sønn, oberst Johan Jacob Dahl (1836-1908), motstrebende måtte ta Vevlen tilbake i 1865, sammen med Nils og Christian Anker. Mens skogen i den



forbindelse ble skilt fra gården og overtatt av Ankerne, beholdt Dahl jordveien på ca. 500 da, bygningsmassen og 4-500 da hjemmeskog. I denne perioden fortsatte familien Dahl å benytte gården som sommerbolig, og forpaktet bort jordveien helt frem til 1897. Som sin far og bestefar var også Johan Jacob Dahl stortingsrepresentant.

Det var først etter at sønnen Adolf Dahl (1874-1953) overtok Vevlen i 1897 at familien flyttet til gården og tok fast opphold her. Adolf Dahl var landbrukskandidat fra Ås og sto selv for driften av gården. Som sine forfedre på gården var også han stortingsrepresentant, den fjerde i rekken.

Hans sønn og svigerinne Knut og Gerd Dahl fortsatte driften av gården, og lot i 1981 oppføre en ny hovedbygning på tunet. Vevlen eies og drives i dag av Knut Erik Dahl. Han er sjette generasjon i eierrekken på denne tradisjonsrike eiendommen.

### **Nærmere om hovedbygningen**

Carl Adolph Dahl skal ha latt oppføre hovedbygningen umiddelbart etter at han var blitt eier av gården i 1808. Sammenlignet med hva som ellers ble oppført i samtidens Norge utmerker hovedbygningen på Vevlen seg utfra følgende tre forhold:

- a) størrelsen
- b) byggemateriale
- c) arkitektonisk utforming

Bygningen måler 31 x 12 meter, er oppført i to etasjer med valmtak og har en samlet grunnflate på 744 kvadratmeter. Det har vært hevdet at annen etasje har kommet til sekundært, en antagelse som virker lite sannsynlig bygningen tatt i betraktning.

Bygningen er oppført i upusset rød teglstein. Teglsteinen er produsert på gårdens teglverk. Bruk av et så eksklusivt byggemateriale utenfor byene var en stor sjeldenhet i samtidens Norge, og er slik sett et uttrykk for byggherrens høye ambisjonsnivå. Årene rundt 1800 var en økonomisk oppgangstid som ikke minst førte til økende velstand for deler av landets borgerskap. Den dansk-norske nøytralitetspolitikk under Napoleonskrigene gjorde at Danmark-Norge fortsatt kunne drive handel med de krigførende nasjoner, samtidig som konflikten bidro til økt etterspørsel etter norsk trelast og jernverksprodukter. Det var derfor ikke uten grunn at Jacob Aall på Nes jernverk omtalte disse årene som den florisante tid, og med frykt forutså hva som ville skje dersom vi skulle få engelskmennene som fiende, ettersom de var vår viktigste handelspartner og dessuten var mektige nok til å lamme det Dansk-Norske rike gjennom en blokade. De gyldne økonomiske oppgangstidene endte som kjent i 1807, da engelskmennene gikk til angrep på vår felles residenshovedstad København, la indre by i ruiner og stakk av gårde med stor del av den dansk-norske handelsflåte. Med dette så den dansk-norske regjering seg tvunget til å erklære Storbritannia krig og dobbeltmonarkiet knyttet dermed sin videre skjebne til Napoleonskrigenes utfall. Det at Carl Adolph Dahl gikk i gang med sitt storstilte byggeri på Vevlen kort tid etter denne hendelsen avspeiler at de økonomiske ringvirkningene enda ikke hadde begynt å gjøre seg gjeldene for alvor i norsk økonomi.

De øvrige hovedbygningene som ble oppført i teglstein på den norske landsbygda i disse årene begrenser seg i all hovedsak til Collettfamiliens eiendom Markerud i Nittedal

(siste halvdel av 1790-årene), Foynfamiliens eiendom Teie ved Tønsberg (oppført 1798-1800 av importert teglstein hjembragt på byggherrens skuter), Kiellandfamiliens eiendom Ledaal ved Stavanger (omkring 1800), Huitfeldtfamiliens eiendom Eskeviken ved Halden (oppført omkring 1802, hovedbygningen har senere gått tapt) og Aalfamiliens eiendom Ulefoss (ferdig omkring 1807). Samtlige av disse eiendommene fikk arkitekttegnede hovedbygninger og var på tilsvarende måte som Vevlen blitt tatt i bruk som lystgårder eller sommerboliger for sine eiere da nevnte hovedbygninger ble oppført.

Det at hovedbygningen på Vevlen ble oppført av teglstein produsert på gårdens teglverk må dessuten sees i lys av opplysningstidens ånd og ønske om selvhjulpenhet, økt industri og utnyttelse av landets resurser.

Den toetasjes hovedbygningen på Vevlen føyer seg arkitektonisk inn samtidens akademiske Københavnertradisjon. Siden etableringen på 1750-tallet og helt frem til midten av 1800-tallet spilte Det Kongelige Kunstakademi i København den toneangivende rolle i forhold til den akademiske arkitekturundervisning i så vel Danmark som Norge. Ikke minst gjorde denne innflytelsen seg gjeldene her hjemme under den betydelige borgerlige byggevirksomheten som fant sted fra slutten av 1700-tallet og frem til de første tiår av 1800-tallet. Det er ikke kjent hvorvidt hovedbygningen på Vevlen er tegnet av en profesjonelt utdannet arkitekt eller av en av tidens mer halvskolerte bygningskyndige. Hver av de to langsiden på 31 meter består av 11 taktfaste vindusfag, høye i første etasje og lavere i annen. Av disse markerer langveggen mot hagen seg som husets hovedfasade, mens husets inngangsfasaden mot tunet er gitt en langt enklere utforming. I tråd med den danske arkitekten Harsdorffs lære – professor i arkitektur ved Kunstakademiet – utmerker inngangsfasaden seg først og fremst gjennom sine gode proporsjoner, vinduenes rytmiske plassering samt det trukne etasjeskillet og gesimsen som betoner fasadens monumentale bredde. Dette var forhold Harsdorff la særlig vekt på i sin undervisning ettersom dette ”skaper en mer roligt virkende Facade”. Den rolige langveggen strammes ytterligere opp av de markerte hjørnepilastrene, som på samme måte som grunnmur, etasjeskille og gesims står glattpusset og hvitkalket mot bygningens upussede veggflater.

Den mektige hagefasaden har en rikere arkitektonisk utforming der midtpartiet er fremhevet ved hjelp av glattpussede og hvitkalkede lisener, som avtegner seg i fasaden nærmest som pilastre eller flate søyler. På en eldre tegning som viser anlegget i sin storhetstid i første halvdel av 1800-tallet ender disse pilastrene i et oppbygget midtparti eller en fronton som hever seg over den øvrige fasaden. Fasadens midtparti er ytterligere fremhevet ved at de fem midtre vinduene som markerer salen i annen etasje, avtegner seg som høye og slanke i kontrast til de lavere vinduene som er benyttet i annen etasje for øvrig. Tilsvarende er midtpartiet omkring de tre fagene til havestuen i første etasje fremhevet i fasaden ved at veggene her er glattpusset og hvitkalket. Det arkitektoniske utstyr er ellers rikere utformet på denne siden av bygningen ved at hjørnepilastrene og pilastrene som markerer midtpartiet er gitt en kvaderinndeling i første etasje, og at gesimsen på denne siden er utstyrt med tannsnitt.

Bygningen har en klar velorganisert planløsning. Fra hovedinngangsdøren midt på langveggen mot tunet kommer man inn i en forstue med en etter norske forhold elegant og gjennomarbeidet hovedtrapp opp til annen etasje. Rett innenfor forstuen ligger en tre fag stor hagestue med tofløyet dør og store vinduer mot hagen. Rommet er symmetrisk utformet hvor ovnen i den ene hjørnenisjen for symmetriens skyld har vært supplert med kopier av tre – såkalte atrapper – i hvert av rommets øvrige hjørner. Himlingen er utstyrt

med en kraftig trukken hulkeil som i dag er malt med en rik sjablongdekor. Hagestuen skal ha fått sitt nåværende utseende som musikkværelse under Carl Theodor Dahl (1802.-1862). På hver av de to kortveggene fører doble fløydører til to tilstøtende rom på hver side, og hvor fløydørene ligger i akse med det ene vindusfaget på hver av bygningens kortende. Til sammen danner denne en representativ dørakse – eller én filade – på 31 meter gjennom de fem selskapsværelsene med vinduer mot hagen. I første etasje, i husets sydøstre del, endte filaden opprinnelig i en stor gjennomgående sal med vinduer mot tre sider. Omkring 1910 ble denne delt opp i fire mindre soveværelser. Det er grunn til å anta at interiørene på Vevlen opprinnelig har vært relativt påkostede. Dette har det imidlertid ikke vært anledning til å undersøke nærmere. I 1850 lot byggherrens sønn brigadeauditør Carl Theodor Dahl bygge en melkekjeller under den store salen i husets sydøstre del. Dette førte raskt til setningskader og sprekkdannelser i murene, noe som har vært et problem for bygningen siden den gang. Bygningen har stått ubebodd siden tidlig 1980-tallet.

### **Den romantiske hagen.**

Til Vevlen hørte tidligere en omfattende romantisk landskapspark. Landskapsparken som fenomen hadde oppstått i England i første halvdel av 1700-tallet som en reaksjon på den franske barokkhagen med sine rette linjer og symmetriske bed, der trær og busker var beskåret i geometriske former. Sett med klassisismens øyne omkring 1800 fremsto den tuktede barokkhagen mer og mer som en massakrering av naturen, den var forutsigelig og kunstig. Den nye hagestilen var i sitt vesen ikke mindre gjennomarbeidet. Forskjellen var at landskapshagen skulle gi inntrykk av at busker og trær skjød opp av jorden like tilfeldig og uregelmessig som i naturen. Tidens påkostede og fantasifulle hageanlegg ble imidlertid en teatralisk iscenesettelse av naturen, der det meste var menneskeskapt og der hagens ulike deler bidro til å formidle ulike sinnsstemninger hos den enkelte. Den tilsiktede stemningen kunne forsterkes gjennom ulike byggverk, der landskapet ga illusjon av å være en miniatyrverden.

Landskapsparken på Vevlen ble anlagt av Carl Theodor Dahl i løpet av 1820-30 årene, men ble aldri helt fullført. I hans tid ble det arrangert konserter i parken. Han skal også ha plantet askealléen opp til huset. I denne perioden skal Vevlen ha vært kjent for sitt parkanlegg, som omfattet grotter, små fossefall og hadde vakkert buede ganger mellom velfriserte trær. Fortsatt preges parken av eksotiske treslag som ask, eik, lind, sypryss, tuja, edelgran og barlind. På slutten av 1940-tallet omtales dessuten en del hauger i området hvor det var tegn på at det tidligere hadde stått lysthus. Adolf Dahl (1874-1953) skal ha fortalt om en tidligere bjørnegrav (bearcage) i parkanlegget, der det siden ble anlagt et roselysthus. Han husket også fra sine guttedager at de hadde hatt saluttkanoner stående på den såkalte ”festningen” og at guttene hadde saluttert herfra når det kom gjester til gårds.

I løpet av 1900-tallet har parken på Vevlen i stor grad vokst igjen og nærmest gått tilbake til naturen. Det er imidlertid ikke foretatt omfattende endringer, hvilket gjør at spor etter det opprinnelige anlegget fortsatt ligger her nærmest uoppdaget og kan bringes frem igjen. Haldendistriktet er ellers kjent for den velbevarte barokkhagen på Rød. Den romantiske landskapsparken på Vevlen var dette anleggets motstykke.

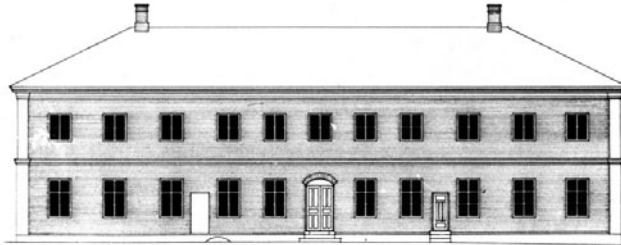
### **Vevlen i det historiske landskapet**

Haldendistriktet er rikt på kulturminner. Ikke minst har spenningsforholdet mellom by og land – Halden og de omkringliggende landkommuner – satt sitt preg på distriktet.

Allerede på 1700-tallet gikk Haldensborgerskapet til anskaffelse av lystgårder ute på landet. Begrepet lystgård er en samtidig betegnelse som i Norge ble brukt om borgerskapets landsteder på 1700- og 1800-tallet. Lystgården var imidlertid ikke et vanlig landsted utfra et moderne menneskes forståelse av ordet – men var et landsted som kombinerte landlivets gleder med byhusholdningens nødvendige behov. Livet på lystgården og i bygården hang nøye sammen og var slik sett to sider av samme sak. Ikke minst må vi se fenomenet i lys av opplysningstidens livssyn, og oppdagelsen av naturen og det frie liv. Lystgårdens dobbeltfunksjon ligger nedfelt i selve navnet. *Lyst* - fordi byborgeren her kunne nyte landlivets gleder i behagelige omgivelser – og *gård* fordi det i de fleste tilfeller hørte en jordvei med til disse eiendommene. Med andre ord kombinerte lystgården det behagelige med det nyttige. Selv om lystgård var det alminneligste begrepet i samtiden, finner vi her i Norge betegnelsen *lyststed* brukt i Bergensområdet, mens en stor del av Christiania eller Oslos lystgårder gikk under betegnelsen *løkker*. Til tross for begrepsforskjellen representerte de samme fenomenet. Det at byborgerne skaffet seg jordbrukseieendommer utenfor byene var ikke et fenomen som var nytt for 1700-tallet. Slike landeiendommer var ikke bare forretningsmessige investeringer som skulle gi økonomisk avkastning, men utgjorde et viktig ledd i eierens daglige liv som et vesentlig element i byhusholdningen. Eide byborgeren flere jordbrukseieendommer, ble disse som regel forpaktet bort til bønder. Ofte ble imidlertid en eller flere av gårdene – helst i byens nærhet – drevet for byborgerens egen regning. Dette var hans ladegård eller avlsgård som om sommeren produserte landprodukter til byhusholdningen, som melk, smør, egg, til dels kjøtt og senere poteter, frukt og grønnsaker. Utover på 1700-tallet ble det stadig vanligere at lade- eller avlsgården i tillegg ble tatt i bruk som sommerbolig for byborgeren og hans familie. Når vi snakker om norske lystgårder har vi lett for å tenke på de Bergenske lyststeder, som på mange måter har vært en selvskreven eksponent for lystgårdskulturen her hjemme. Til sammen lå det ca. 70 lystgårder eller lyststeder i Bergens omegn omkring år 1800. På det tidspunkt var dette en by med 16.900 innbyggere. Et lignende antall finner vi rundt Trondheim som omkring 1800 var en by med 8800 innbyggere. Flertallet av de norske lystgårdene ble oppført innenfor 100-års perioden 1750 – 1850. Dette var en periode preget av økonomisk oppgang. Særlig var årene fra omkring 1780 til 1807 gunstige for handel, sjøfart og trelasteksport. Dette avspeiler seg i at mange av landets fremste lystgårdsanlegg ble oppført i årene omkring 1800. For Haldens vedkommende ligger fortsatt mange av de tidligere lystgårdene bevart i byens omland. Mest kjent er Ankerfamiliens eiendom Rød som i dag er åpen for publikum. Vevlen føyer seg inn i denne rekken, som et anlegg av betydelig kulturhistorisk og opplevelsmessig verdi.

Nye Vevlen

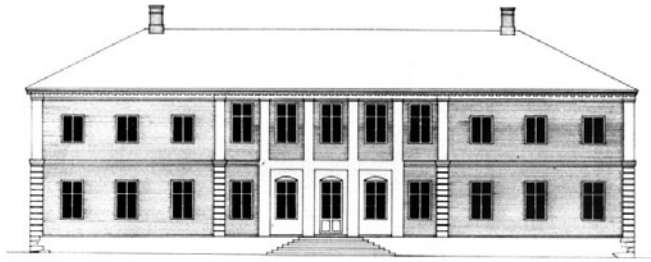
**Vedlegg 2**  
**Bilder av Vevlen gård**



**Inngangsfasaden mot tunet, oppmåling av Mads Wiel Gedde 1933.**



**Samme fasade fotografert i 1981. Foto Jon Brønne, riksantikvaren**



Hagefasaden, etter Mads Wiel Geddes oppmåling fra 1933.



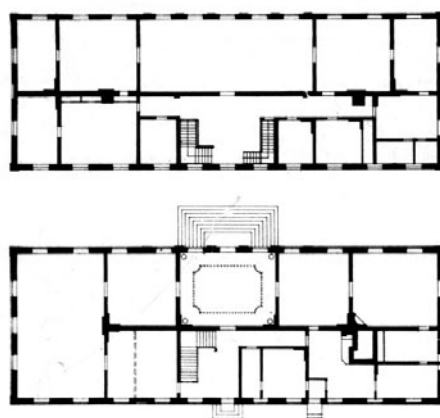
Samme fasade fotografert 1981. Foto Jon Brønne, Riksantikvaren.



Endevægger og snitt gjennom bygningen. Oppmåling av Mads Wiel Gedde 1933.



**Vevlen i sin storhetstid. Tegning fra første halvdel av 1800-tallet som viser hagefasadens oppbygging med en atikka som markerte midtpartiet.**



**Plan over bygningens 1. og 2. etasje. Den regelmessige og velstrukturerte planløsningen viser i første etasje den store salen i enden av bygningen og den tre fag store hagestuen. Den fem fag store salen i annen etasje avspeiler seg i hagefasaden gjennom sine høye vinduer, som bryter med etasjen for øvrig. Oppmåling av Mads Wiel Gedde.**



**Hagestuen i første etasje fotografert tidlig på 1980-tallet.. Foto Riksantikvarens arkiv.**



**Interiør fra en av stuenes ved siden av hagestuen i 1. etasje.  
Fotografert tidlig på 1980-tallet, Riksantikvarens arkiv.**



**Vedlegg 3**  
**Kopier av avisartikler om Vevlen gård**

## **Vedlegg 4**

### **En tenkt fortsettelse**

- 1.-Hovedbygning og hage på Vevlen gård bør dokumenteres og formidles. Dette vil NIKU lage planer for og forsøke å få finansiert. Vi vil søke samarbeid med Norge landbrukshøgskole, Fylkesmannen i Østfold og Fylkeskommunen. Vi regner også med at RA vil være interessert i dette. Det mest spennende hadde vært om vi også kunne få gjort dette i kontakt og forståelse med eier slik at vi kunne få tilgang til det materialet som er i familiens eie. Det må arbeides med en god finansieringsplan for dette slik at arbeidet kan bli gjort med kvalitet og grundighet.
- 2.-Det bør lages en tilstandsvurdering som kan dimensjonere hva en istandsetting vil koste og over hvor lang tid en kan fordele kostnader. Dette gjelder hovedbygning og hage. Problemstillinger her er:  
Hva er helt akutt? Hva må til for å kunne starte opp en viss bruk? Hva kreves for å nytte potensialet helt ut.?
- 3.-Kontakt med eier om deltakelse i arbeidet med dokumentasjon. Avklaring av hans interesser i videre arbeid og diskusjoner knyttet til eiers situasjon og ønsker. Dette er et avgjørende punkt for det videre arbeid.
- 4.-Avklaring av vilkår for å gå videre dersom eier a) er interessert b) ikke er interessert. De følgende punkter er bare aktuelle dersom eier enten er interessert eller kan tenke seg å løses ut av eierskap til hovedbygningen.
- 5.-Solid nettverk både nasjonalt og lokalt bør utvikles med alle relevante og interesserte aktører, (kommune, fylkeskommune, lokale historielag, lokale museer, naboer, venneforening, lokalt og regionalt næringsliv, staten/RA, nordisk med lignende anlegg, nasjonalt med lignende verdiskapingsprosjekter, osv)
- 6.-Sondering med mulig brukere/ organisasjoner og institusjoner som kan tenke seg å benytte anlegget – kartlegging av interesse og behov.
- 7.-Visjon, strategi og plan for Vevlen gård kan lages når en del kunnskap er på plass. Deretter kan driftskonsept utvikles og forretningsideene testes og gjennomgås kritisk av erfarne bedriftsutviklere.
- 8.-Forsiktig oppstart med prøvedrift. (kanskje allerede i 2005 med jubileumsutstilling og diverse tilknyttede opplegg med skoler og organisasjoner.)  
Gradvis videreutvikling av konseptet.
- 9.-Driftserfaringer i noen år. Reiseliv og kulturformidling er de to viktigste satsningsområdene i tillegg til aktiviteter barn og unge i regionen.
- 10.-Utvikling av ny visjon for videreutvikling mot 2014

# Vedlegg 5

## Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping

### Delprosjekt: Kulturminnefaglige innspill

Fra Norsk institutt for Kulturminneforskning (NIKU) \*

## 1. Innledning

NIKU har fått i oppdrag å levere bidrag til prosjektet gitt Miljøalliansen av Miljøverndepartementet, statsbudsjettet 2002 kap.1400 post 21, prosjektnr. 02431900.

### Målsetning

- å frembringe kunnskap som skal gi styret for Kulturminnefondet et godt grunnlag for å arbeide i forhold til næringslivet med sikte på å få fram gode prosjekter
- å frembringe kunnskap om verdiskaping som kan brukes i arbeidet med Miljøverndepartementets stortingsmelding om kulturminnepolitikken
- gjennom konkretisering av verdiskapingsbegrepet gi innspill til arbeidsgruppen i Norges forskningsråd som ser på kunnskapsbehov på kulturminnefeltet
- å konkretisere og operasjonalisere begrepet verdiskaping i forhold til kulturminner og kulturmiljøer

De tre første kulepunktene er behandlet i kapittel 4 nedenfor. Konkretisering og operasjonalisering av begrepet verdiskaping er behandlet under kapittel 2 hvor definisjoner og teori er vektlagt og under kapittel 3 hvor det er lagt vekt på en mer praktisk, konkret tilnærming.

## 2. Definisjoner og teoretisk bakgrunn for begrepene

### Verdi og verdiskaping

Verdiskaping er et begrep som ofte relateres til et rent økonomisk utkomme og hvor verdisetting kan måles ved hjelp av metoder som baserer seg på økonomi (f.eks. CVM – Contingent valuation techniques) (se også delprosjekt v/Frode Kann). I kulturhistoriske humanistiske disipliner knyttes begrepet i utgangspunktet til ikke-monitære verdier relatert til kulturell forståelse. Det kan være tro og religiøs overbevisning, meningsinnhold og betydning for mennesker, historiefortellende egenskaper og pedagogisk verdi, offentlige fellesgoder, kunnskapsverdier, identitetsskapende egenskaper, forståelse relatert til sted, felles bevissthet og hukommelse m.m. basert på kunnskapsverdi, opplevelsesverdi og formidlingsverdi. Kriterier som legges til grunn kan være alder, sjeldenhet, bevaringsgrad etc. (Myklebust 1981).

Et sted, et landskap eller et kulturminne vil med andre ord kunne tilskrives flere typer verdi avhengig av forståelse, kunnskap og kulturell kontekst for den eller de som opplever det. Det er synergieffekten av formidling av kulturminnet/kulturmiljøet som ikke-materiell verdibærer som gjør kulturminner og kulturmiljøer til interessante verdiskapingskilder. Verdiskapingen blir resultatet av en prosess som tar utgangspunkt i kulturminnet/kulturmiljøet og som har som "sluttprodukt" det arbeid og de produkter som bevaring, vedlikehold, forskning og formidling innebærer.

Kulturminnene er "levende" i den menneskelige bevissthet, men ikke i fysisk forstand, hvilket vil si at hvis de fjernes, så er de rent fysisk borte som kilde til opplevelse. Med tid og stunder forsvinner de fra den menneskelige bevissthet, såfremt ikke kunnskap dokumentert i forbindelse med deres fjerning medfører at "fortellingen om fortiden" som hvert enkelt kulturminne er bærer av, formidles. På denne måte kan kunnskapen bevares som fortelling istedenfor som fysisk element og symbol i landskapet. Det er også viktig å være oppmerksom på at slike fortellinger trenger fysiske holdepunkter som analogi for fortellingen. En kan altså ikke slette alle kulturminner av en bestemt type og opprettholde den kollektive bevisstheten om "historien" over lang tid.

### **Kulturminner**

Kulturminner er fysiske levninger etter menneskelig aktivitet. Vanligst tenker man på gjenstander og konstruksjoner som er produsert av mennesker, men også naturskapt levninger som har vært brukt til noe bestemt eller som er tillagt spesiell betydning, kommer inn under kulturminnebegrepet. Ut fra kulturminneloven er det bare automatisk fredete kulturminner (definert ut fra alder), vedtaksfredete kulturminner (definert ut fra spesifikke kvaliteter) og administrativt fredete kulturminner (staten som eier) som er vernet. Kulturminner ut over disse kategoriene har bare vern dersom det er gjort konkrete vedtak om dette, f.eks. med utgangspunkt i Plan- og bygningsloven.

Men i prinsippet kan alle fysiske levninger betraktes som kulturminner, og skillet vil gå på hva som menneskene oppfatter som verd å ta vare på ut fra sine historiske kvaliteter. Dette er igjen avhengig av kommunikasjon, av måten man betrakter disse levningene på og for hvem de betyr noe.

Kulturminner forstått som materielle objekter har en økonomisk egenverdi. Denne er også relevant som en miljøressurs. Å bevare fremfor å skape nytt kan ha en samfunnsmessig, økonomisk og miljømessig gevinst. Bevaring kan være kostnadsbesparende. I tillegg kommer de kvalitative verdiene som er vanskeligere å tallfeste. Det er kombinasjonen av disse materielle og ikke-materielle verdiene som bidrar til verdiskapingen.

### **Kulturmiljøer**

Kulturmiljø er kulturminner sett i en landskapsmessig kontekst. Landskap forstås her i vid mening og omfatter også bylandskap. Den visuelle relasjonen mellom kulturminner og deres forhold til landskapet står sentralt. Kulturmiljøene har en fysisk dimensjon – som tilstedeværende i landskapet. Samtidig har de en betydningsdimensjon – en kvalitativ funksjon som bærer av betydning og verdi for dagens mennesker. Langs disse to aksene, fysisk og kvalitativ, kan også verdiskapingen måles. Som del av en kvantitativ funksjon relatert til de fysiske kulturmiljøenes bevaring og tilrettelegging måles samfunnsøkonomiske verdier. Mens verdier relatert til betydning, kunnskapsverdi, identitet og symbolverdi måles kvalitativt langs betydnings/meningsaksen.

### **Kulturminners og kulturmiljøers verdiskapingspotensiale**

Kulturminnene og kulturmiljøene eksisterer i seg selv og har en egenverdi. De får imidlertid en enda større verdi dersom de anvendes som kilde for ny kunnskap, for formidling og for opplevelse. Verdiene ligger latent.

For at *kulturminner* skal kunne gi grunnlag for verdiskaping i dagens og morgendagens samfunn, er det en forutsetning at de er identifisert og altså kjent. *Kommunikasjon* er med andre ord et kjernebegrep. Kommunikasjonen vil ikke bare omfatte formidling av kulturminnets eksistens, men også en tolkning av dette i sin historiske kontekst. *Kulturmiljøer* kan ha en direkte opplevelsesverdi uavhengig av formidling av historisk kunnskap, men verdiskapingspotensialet for et kulturmiljø vil øke sterkt jo mer kunnskap som knyttes til det og videreformidles.

Både kulturminner og kulturmiljøer er avhengige av at de ikke blir utsatt for skade eller ødeleggelse for å opprettholde sin fysiske verdi (se ovenfor). De fleste er også avhengige av pleie og vedlikehold. I et samfunn som er mer endringsorientert enn noen gang tidligere, er kulturminnene sterkt presset pga. utbygging og fortetting i sentrale strøk med ekspanderende bysentra og tettsteder. I områder med fraflytning og liten næringsaktivitet er de gjenstand for desimering og skade. Kommunikasjonsutbygging og næringsaktivitet er et problem både i sentrale og ikke sentrale strøk.

Antikvariske myndigheter – og til dels lovverket - opererer med internasjonal verdi (verdensarv), nasjonal verdi, regional verdi og lokal verdi (Sml. Riksantikvaren 1987, 2001). Men definisjonen av hva som har slik verdi er svært problematisk, særlig hvis man tar utgangspunkt i kulturminnene/-miljøenes beliggenhet. Alle kulturminner ligger lokalt, og den lokale verdien er som regel avgjørende for ivaretagelsen av dem. Den samme typen levning kan ett sted tilskrives stor verdi, mens den et annet sted betraktes som noe som bør fjernes eller forsvinne naturlig. Et eksempel kan nevnes:

I Nannestad sentrum, Romerike er det bevart fundamentet av en driftsbygning kalt «møkkakjelleren». Denne er fra midten av 1900-tallet og ville i en annen sammenheng sannsynligvis ikke ha noen verdi. Men i Nannestad sentrum er "Møkkakjelleren" blitt et sosialt samlingssted, og det er heftig lokal motstand mot å fjerne denne for å bygge et moderne salgssentrum (Swensen 2003).

Her har lokalt initiativ resultert i en kvalitativ verdiskaping ved vitalisering av et kulturminne. Hvorvidt det samtidig er en økonomisk verdiskaping, er det sannsynligvis delte mening er om. Næringslivet vil trolig se på det som et tap at det ikke lar seg realisere et salgssentrum i stedet, men å beholde bygningsmassen og gi den en ny funksjon har også sin økonomiske og miljømessige gevinst.

### **3. Eksempler på verdiskaping og verdiskapingspotensiale**

Med verdiskaping er det vanligst ment skaping av økonomiske verdier, f. eks. ved å gi grunnlag for aktivitet som skaper arbeidsplasser, produksjon og inntekter. Nedenfor er noen eksempler på slik verdiskaping ut fra kulturminner og kulturmiljøer. Slike eksempler er svært mange, slik som andre delutredninger i prosjektet Kulturminner og kulturmiljøer som kilde til verdiskaping viser (f. eks. Daugstad).

Et annen perspektiv på verdiskaping med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljøer er forvaltning av ressurser i tråd med miljøsiktemål. Fordi de fleste av kulturminnene og kulturmiljøene er resultat av bærekraftig aktivitet vil vern og pleie av disse bevare og aktivere denne typen ressurser.

Et tredje perspektiv er de noe vanskeligere målbare verdiene som disse minnene skaper eller aktiviserer i menneskene, som f. eks. trygghet, identitet og samhold. Her er avstanden ofte liten til andre elementer som natur, tradisjoner, kulturaktivitet etc.

Det er ingen skarpe grenser mellom disse tre perspektivene på verdiskaping, selv om ikke alle kan måles i kroner, og de går ofte i hverandre. Verdiskaping kan også falle negativt ut dersom kulturminnet eller kulturmiljøet "misbrukes". Vi tenker da på de tilfeller hvor ideene og historien rundt kulturminnet/kulturmiljøet blir vulgarisert og mistolket som følge av økonomiske interesser (Rustad 2000) eller ved at bruken av kulturminnene i seg selv fører til nedbrytning og skade.

**Kulturminner og kulturmiljøer som samfunnsøkonomisk ressurs**

**-Fredete og bevaringsverdige bygninger** vil med godt vedlikehold i de fleste tilfeller ha en stor livslengde, gjerne langt større enn moderne bygg. Verdien av å bevare disse bygningene ligger også i det som spares av ressurser ved å bygge nytt. Ca. 40% av nasjonalformuen er knyttet til bygningsmassen. Av denne er en betydelig del fredete og verneverdige bygninger, i størrelsesorden 50.000.

**-Tradisjonelt vedlikehold skaper behov for spesialprodukter.** Slike spesialprodukter er f. eks. malmet furu og annet trevirke med spesielt god egenskaper. De egner seg spesielt godt i et småskalig skogbruk med vekt på spesialprodukter. Bevaring og vedlikehold vil dessuten gi arbeidsplasser både til spesialister, håndverkere og produsenter.

**-Inntekter ved turisme og fritidsaktiviteter** vil i svært mange tilfeller kunne ha som utgangspunkt kulturmiljø og kulturminneverdier, i tillegg til natur. Norge er kjent for sin natur som har stor appell til besøkende turister. Spesielt fjordene i Vest-Norge og kysten av Nord-Norge er blitt fremhevet. En viktig del av dette landskapet er kulturmiljøene, gårdsbruk med innmark, lyngheier, fiskevær, kirker og gravrøyser langs leden. Serien på NRK1 ".. der ingen kunne tru at nokon kunne bu" er et godt eksempel på fascinasjonen over kulturinnslaget i storslagen natur. Nettopp turisme har vært en binæring i tillegg til jordbruk for de fleste av eksemplene i serien. Det ligger en utfordring i å skaffe mer kunnskap om den økonomiske gevinsten vitalisering av kulturminner/kulturmiljøer gir.

### **Kulturminner sikrer miljøverdier og bærekraftighet**

**-Tradisjonelt vedlikehold** av fredete og bevaringsverdige bygninger vil i de fleste tilfeller si miljømessig gunstig vedlikehold med bruk av ikke-giftige og fornybare ressurser. Alternativt har moderne byggeteknikker med siktemål å minske omkostningene og også vedlikeholdet vist seg svært ofte ført til skader både på selve bygningene og menneskene i form av råteplager, muggsoppdannelse, dårlig inneklima, asbestskader m.m. Skadene har ofte ført til meget dyre utskiftninger og erstatningsarbeider, slik at dette også har et rent økonomisk perspektiv.

**-Pleie av kulturmiljøer** skaper muligheter for produksjon av spesialprodukter innen landbruk hvor kvalitet, økologiske produksjonsmetoder og direkte salg er gode salgsargumenter for kvalitetsbevisste kjøpere.

### **Skaping av ikke-materielle verdier**

**-Nasjonal symbolverdi** har i høy grad vært basert på kulturminner og kulturmiljøer fra vikingtid og middelalder, og fra midten av 1800-tallet til siste del av 1900-tallet. Nasjonale monumenter som Nidarosdomen, Akershus slott og Eidsvollbygningen har sammen med stavkirker, middelalderloft, de store gravhaugene, vikingskip og seilskuter blitt nasjonale symboler og identitetsskaper med en viktig rolle i nasjonsoppbyggingen.

- **Regional og lokal identitet** vil også i stor grad være støttet ved aktivisering av kulturminner og kulturmiljøer som symboler eller som faste og trygge referansepunkter. I en uhytidelig undersøkelse i Bergens tidende for 6/1-03 blir 12 bergensere spurt om hva de var mest stolte over ved Bergen. Tre svarte bebyggelse og kulturmiljø, mens en svarte helheten av natur og kultur. (Fire svarte bergenserne, tre svarte kulturaktivitetene, en svarte naturen.)

- **Undring og nysgjerrighet omkring menneskeskapte levninger** ligger dypt i oss og trenger ikke å skyldes at vi er i slekt med dem som har laget levningene, enn si at vi tilhører samme kulturtradisjon som dem. I et flerkulturelt samfunn vil det fremmedartete menneskeskapte være en fellesnevner for noe som kan gi engasjement, entusiasme og underholdning. Her ligger det grunnlag for verdiskaping gjennom engasjement og ved å skape forståelse og respekt på tvers av kulturelle og etniske skillelinjer.

- **Livskvalitet** gjennom et godt miljø er generelt akseptert som en viktig sammenheng. Blant miljøfaktorene er bl.a. natur og kulturmiljø viktige der det er spørsmål om "det gode liv". Tradisjonell trehusbebyggelse i by eller bebyggelse med stort innslag av natur er gjerne

foretrukket. Kulturminner kan øke viljen til investering i egen bolig og på den måten bidra til verdiskaping.

### **Kommunikasjon av kulturminner og kulturmiljøer gir grunnlag for verdiskaping**

Synliggjøring av de latente verdiene i kulturminnene avstedkommer økt interesse. Interessen for en gravhaug vil øke dersom det kommuniseres opplysninger om dateringen på haugen, hva slags person som er begravet i den, hvilken bopsetning den er knyttet til og hvorfor gravhaugen ble reist. Også ikke synlige kulturminner kan gi verdiskaping, men er selvsagt helt avhengige av informasjon. Stedet for en bestemt historisk hendelse er eksempel på dette.

Verdiskapingen skjer ved at kulturminnet blir kommunisert, og at kommunikasjonen fører til handling, f.eks. besøk av turister. Tilrettelegging, pleie, mer informasjon, suvenirer m.m. er aktivitet som øker nasjonalproduktet. Fjernsynsprogrammer i serien "Herskapelig" på NRK1, og bøker med beskrivelse av norske tradisjonelle trehoteller (Eldal & al. 1997) er eksempler på hvordan synliggjøring av eksisterende kulturminner har virket som meget god markedsføring og ført til stort besøk, også internasjonalt.

Kaupang- utgravingen i Vestfold i 2000-2002 la stor vekt på formidling av resultater via media og ved å tilrettelegge for besøk på stedet. Den store publikumstilstrømningen har vist hvilket stort potensiale et slikt sted har for verdiskaping (se nedenfor kap. 4).

## **4. Forslag**

### **Innspill til stortingsmelding om kulturminnevernet**

- Utdanning av folk som kan ta seg av kulturminnene er en forutsetning både for bevaring og for verdiskaping gjennom formidling og evt. bruk. Dette gjelder både folk som kan administrere og ta seg av kulturminner og kulturmiljøer rent praktisk, f. eks. konservatorer og arkeologer, og håndverkere som lærer opp i gamle teknikker, landbrukere som tar utdanning i miljøtilpasset og tradisjonelt landbruk med sikte på vedlikehold av kulturlandskap og kulturminner og arkitekter og entrepenører som alt for ofte har sviktende kunnskap om tradisjonell byggeskikk.

- Tilpassing av lovverk og regler er nødvendig slik at eldre bygninger fortsatt kan være i bruk uten at de blir ødelagt eller skadet pga. moderne forskrifter og regler. Dette gjelder både forhold som har med konkurranse å gjøre, hygiene og miljøvern (utenom kulturminnevern).

#### Eksempler

- På Kaus i Ringebu står flere verneverdig bygninger. Det er stor forskjell på behandlingen av bygninger i bruk og bygninger som er gått ut av bruk. Et fjøs bygd i 1969 etter nye byggeforskrifter krever nå ny ombygging p. g a. EU-regler. For to bygninger er det blitt søkt om STILK-midler, en rie og et eldhus. Bygninger gått ut av drift kan søkes om, mens de levende bygningene i bruk ikke kan bevares like godt. Så lenge WTO tillater at landbruket skal støttes på denne måten, vil det mangle et insitament til å bevare bygninger ved å holde dem i drift.

- Skibladner, Mjøsas hvite svane kan ikke omformes slik at båten kan tilfredsstillte alle skipsfarts- og miljøkrav for moderne båter. Det ville ødelegge båtens utseende og autentisitet.

### **Kulturminnefondet. Innspill**

• **Lokal forankring** er svært viktig for at kulturminner skal kunne danne basis for verdiskaping. Tidsdybde er viktig, men størst alder gir ikke nødvendigvis best forankring. 50

år kan være bra nok. Det må være viktig å se på den lokale verditilskrivningen i tillegg til formelle kriterier for verdisetning ved valg av kriterier for tildeling av støttemidler.

#### Eksempler

- Bebyggelsen ved Sjøgata i Mosjøen var nær ved å rives til fordel for moderne bygg på 1970-tallet. Private initiativ med satsing på verdiskaping har snudd oppfatningen av hva som burde bevares og har også gitt ringvirkninger på de omkringliggende gatene. Sverre Pedersens plan er blitt akseptert lokalt.
- Stavangers 1000-årssted er området mellom Vågen og Domkirken. Målsetningen var å gi et byrom for Stavangers innbyggere, men middelet har vært å gi et historisk aspekt ved et gateområde, basert på strukturer som delvis er skjult under bakken. Ved å revitalisere aksene mellom Domkirken og havnen gis området en miljøskapende historisk dimensjon.
- Middelalderbyen i Oslo har vært viktig for kulturminnemyndighetene i en rekke perioder. Ved initiativ fra disse i samarbeide med lokalbefolkningen i bydelen (bl. a. Gamlebyen beboerforening) ble det på 1990-tallet mulig å påvirke veimyndigheter, Jernbanen og Oslo kommune til radikale grep for å etablere en stor middelalderpark i tillegg til Minneparken fra 1932. Sentralt for å oppnå dette var også samarbeidet mellom stat og kommune i Miljøbyen Gamle Oslo. Ved flytting av gjennomgangstrafikken utenom området, etableringen av et vannspeil som en markering av middelalderens strandlinje og opparbeidelse av en stor park med istandsettelse og arrondering av ruiner er området blitt attraktivt, og bevisstheten om de historiske verdiene økt kraftig. Området har etablert seg som et sted for opplevelser og kunnskapsformidling, og boligområdet har fått sterkt forhøyet status. F. eks. er det i de fleste boligannonser for boliger i området nevnt som et salgsargument nærhet til Middelalderparken. Også nye boligprosjekter bruker nærheten til middelalderbyen og historiske hendelser som salgs- og profileringsargument.

• **Stedlig grunnlag for verdiskaping gjennom formidling.** Dersom formidling er planlagt basert på store besøkstall, er det avgjørende at forutsetningene når det gjelder kommunikasjon, befolkningsgrunnlag, gjennomstrømningshastighet, vedlikehold og pleie av kulturminner/kulturmiljø er grundig planlagt. For formidling av kulturmiljøer og landskap er det også viktig med lesbarhet og struktur. Det er viktig å vurdere realismen i anslag over publikumstilstrømming i forbindelse med konkrete prosjekter som skal bruke kulturminner og kulturmiljøer i turist- og besøkssammenheng.

- Et eksempel på en slik problematikk er Kaupang i Tjølling hvor det planlegges et besøkssenter i fortsettelsen av det arkeologiske utgravningsprosjektet. Fordi det på overflaten ikke er synlige rester av det som er tolket som Norges eldste by, er det spesielt viktig å bruke de delene av landskapet som kan tydeliggjøre strukturer og lesbarhet kulturmiljøet.

• **Formidling og skade.** Det er viktig å holde balansen mellom formidling gjennom besøk på den ene siden og kulturminnenes tålegrense når det gjelder slitasje og skade på den andre. Tilstandsanalyse er meget viktig å gjennomføre før beslutning tas. Noen kulturminner og kulturmiljøer bør ikke kommuniseres for meget til folk fordi dette kan gi slike skader. Dersom skadene blir reparert, har kulturminnet mistet deler av sin autentisitet. Det bør utarbeides handlingsprosedyrer ved tilrettelegging av kulturminner/kulturmiljøer for eksponering. Derfor bør det være et kriterium for behandling av søknader at det gis støtte til arbeidet med slike kulturminner og kulturmiljøer som kan tåle verdiskaping.

#### Eksempler

- Gamle trebygninger er svært utsatte for slitasje ved tråkk, slik som f. eks. Borgund stavkirke, der et viktig mål har vært å minske presset på selve kirken ved å lage et besøkssenter. Besøkssenteret har sørget for de økonomiske inntektene ved salg av suvenirer etc., basert på at folk har villet oppleve selve stavkirken.
- De gamle trehotellene klarer ikke å opprettholde originaliteten i sine interiører. Hotellrommene på Fleischers hotell, Voss blir f. eks. totalrenovert innvendig ca. hvert 7. år (Eidal & al. 1997).
- Steinruiner som Steinvikholm i Trondheimsfjorden og kirkeruinene i Gamlebyen opplever et stadig press fordi de aktiveres gjennom arrangementer som skuespill og festivaler. Steiner og mørtel løsner og faller av, noen steder blir spesielt utsatt for tråkk og dermed slitasje.



Dessuten blir det installert konstruksjoner som både kan skade ruinene og virke skjemmende.

### **Aktuelle temaer for forskning og utredning. Innspill til Kulturminneutredningen**

- Skillet mellom kultur og natur i våre omgivelser er lite skarpt og ofte ikke problematisert. Meget som oppfattes som natur er i virkeligheten kultur, som store plantete skogsområder, lyngheiene langs kysten og landskap med gressing av dyr på beite. Også ren natur har kultur knyttet til seg, i form av navn, forestillinger, tro og fortellinger. Gjennom tiden har synet på natur i forhold til kultivert miljø endret seg sterkt. Spørreundersøkelser tyder på at natur med spor av mennesker i dag gir større opplevelsesglede enn urskog og uberørt terreng (Ariansen 1994:22). Går vi tilbake 150 år vil gjengs oppfatning være at kultivert natur var mer attraktiv enn ren natur. Det er lite kartlagt hvordan landskapet virker på menneskene i et kultur- naturperspektiv . Menneskelige oppfatninger av landskap som trygt, pent, farlig etc. bør være av betydning for hvordan vi former dette landskapet eller hvordan myndighetene tillater at det formes.
- Lokalsamfunnstilnærmingen er viktig å få utredet. Alle kulturminner finnes lokalt og er deler av et lokalt miljø, men regionale og nasjonale verdier er blitt prioritert av kulturminnemyndighetene. Folks syn på kulturminnene er farget av deres kunnskap om dem og deres status nasjonalt og regionalt. Allikevel vil trolig den lokale betydningen veie tyngst.
- Kulturminner og kulturmiljøers betydning for "jakten på det gode liv". I tillegg til profilering av lokale kulturminner som mål for turisme og verdiskaping gjennom dette, skjer det en profilering for å skaffe arbeidsplasser og befolkning hvor vekten er lagt på ikke- materielle forhold av betydning for menneskers trivsel. Kulturminnenes og kulturmiljøenes betydning for en slik trivsel og gjennom det å skape forutsetning for verdiskaping bør undersøkes, dels ved undersøkelse av hvilken vekt det legges på dette i profilering, dels den betydningen dette har for folk psykologisk.
- Evaluering av støtteordningen STILK (definer) m. h. t. kulturminner savnes. Svært meget av STILK- midler går til kjøtsel av kulturlandskap og bygninger. Hva betyr dette for den norske bonden og for samfunnet? Dette har også virkninger på turisme.
- Riksantikvarens stavkirkeprosjekt kan kanskje egne seg for et forskningsprosjekt med vekt på følgeforskning. Prosjektet har en tradisjonell rekkefølge av deltemaer:
  1. Ekspertene tar seg av kirkene og deres fysiske status og «avleverer» dem
  2. Lokalbefolkningen lærer seg drift og vedlikehold
  3. Turismen kommer som følge av stavkirkenes status og kommunisering av denne.
- Analysere kulturminner som har vært gjenstand for verdiskaping: hva slags fornyingsprosess har de vært igjennom og hva slags endringer har dette gitt for kulturminnet og området rundt? Hvordan har folks holdninger i verdien av slike kulturminner blitt endret?
- Kostnader for drift av kulturminner og kulturmiljøer som er valgt eksponert for publikum ved verdiskapende tiltak bør utredes i forhold til inntekter. Kostnadene omfatter bl. a. slitasje, skade, utskiftninger m. m. på selve kulturminnene.

\*Notatet er sammenstilt av Petter B. Molaug, med bidrag fra Birgitte Skar, Mille Stein, Ola Storsletten, Grete Swensen m. fl., alle i Norsk institutt for kulturminneforskning (NIKU)

### **Litteratur**

Ariansen, P 1995: Livskvalitet og naturforvaltning. I Kleiven, J (red.): Miljøbetinget livskvalitet. Norges Forskningsråd, Oslo 1995.

Eldal, J.C., Underdal, H.M, Kristensen, R., Torvbråten, S. 1997: Wooden hotels of Norway: living legends. Kristiansund.

Lidén, H. E. 1991: Fra antikvitert til kulturminne : trekk av kulturminnevernets historie i Norge. Universitetsforlaget. Oslo.

Myklebust, D. 1981: Verditenkning – en arbeidsmåte i bygningsvern. I Fortidsminneforeningen. Årbok årg. 135 (1981), s.85-106.

Myklebust, D. 1988: Kulturminnevern og turisme – konflikt eller samarbeid? I Kulturarv og vern. Riksantikvaren. Universitetsforlaget. Oslo 1988 s. 209-15.

Riksantikvaren 1987: Verneverdi og utvalgskriterier. Oslo 1987.

Riksantikvaren 2001: Alle tiders kulturminner. Oslo 2001.

Rustad, M. 2000: Landbrukets kulturlandskap – bør eller katedral? : konkurrerende syn på kulturminners menings- og verdiinnhold. Trondheim 2000.

Swensen, Grete 2003: Landskap under press. Rapport 2002 under trykkforberedelse.

## Vedlegg 6



### Seminar om kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping

---

**Tid: Tirsdag 21. januar kl. 9 – 16**

**Sted: Riksantikvaren, Dronningens gt. 13, Oslo**

#### Bakgrunn

Seminaret arrangeres som del av et utredningsprosjekt om kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping. Oppdragsgiver er Miljøverndepartementet. Målet med prosjektet er å

- Bidra til at styret for Kulturminnefondet får et godt grunnlag for å arbeide i forhold til næringslivet
- Få fram kunnskap om verdiskaping som kan brukes i arbeidet med stortingsmelding om kulturminnepolitikken
- Gi innspill til arbeidsgruppen i Norges forskningsråd som ser på kunnskapsbehovet innen kulturminnefeltet

#### Prosjektet skal bla. søke å belyse

- Hvordan kan vi anvende verdiskapingsbegrepet på kulturminnefeltet/miljøområdet?
- Hvilke verdier representerer kulturminner og kulturmiljøer, og hvilke verdier kan de bidra til å skape?
- Gode eksempler som kan illustrere verdiskaping på feltet
- Modeller for verdiskapende samarbeid mellom ulike aktører
- Behovene for ny forskningsbasert kunnskap

Det legges opp til at innleggene og diskusjonene på seminaret fokuserer på ovenstående.

Miljøalliansen AS v/prosjektleder Karl Baadsvik, NINA, er ansvarlig for seminararrangementet, med Riksantikvaren som teknisk arrangør.

## Formålet med seminaret

De viktigste mål med dette seminaret er å

- Presentere og diskutere delresultater av noe av prosjektarbeidet som er gjort til nå (noe skriftlig materiale vil bli sendt til deltagerne)
- Belyse sentrale problemstillinger i prosjektet gjennom innlegg og diskusjoner i et bredt sammensatt forum av ressurspersoner
- Utvikle nettverk knyttet til temaet kulturminner/kulturmiljøer og verdiskaping

Resultatene fra seminaret vil bli en integrert del av den sluttrapporten fra prosjektet som skal leveres til oppdragsgiver innen utgangen av februar.

## Program

Kl.

|             |  |   |
|-------------|--|---|
| 0900 - 0915 | Velkomst/innledning  | Karl Baadsvik, NINA                     |
| 0915 – 0935 | Kan vi måle hvordan kulturelle uttrykk bidrar til økonomisk verdiskaping ? | Frode Kann, NIBR                        |
| 0940- 1000  | Hva kan kulturøkonomien bidra med?   | Dag Jørund Lønning, Telemarkforskning   |
| 1000- 1020  | Diskusjon  |   |
| 1020- 1040  | Ta vare på særpreget! Kultur som utgangspunkt for verdiskaping             | Marvin Wiseth, Sparebank1 MidtNorge     |
| 1045- 1105  | Trender i turisme  | Svein Erik Ovesen, Norges Turistråd     |
| 1110- 1130  | Kulturmiljøer som reiselivsprodukt   | Ole Jonny Trangsrud, Norsk bygdeturisme |
| 1135- 1155  | Reiselivet taper i distriktene- kan trenden snus?                          | Toril Mølsrud, SND                      |
| 1155- 1230  | Diskusjon  |   |
| 1230- 1315  | Lunsj  |   |
| 1315- 1335  | Fra gjeddekaker til stavkirker- praktisk                                   | Kristen Grieg Bjerke,                   |

|            |  |   |
|------------|--|---|
|            | erfaring fra arbeid med kulturminner og verdiskaping | Fortidsminneforeningen                        |
| 1340- 1400 | Næringsvirksomhet knyttet til freda gårdsbruk        | Per Ivar Moe, Nordea Bank ASA                 |
| 1405- 1425 | Vevlen gård- en prosess for verdiskaping             | Geir Risåsen/Anne Sæterdal, NIKU              |
| 1430- 1450 | Kystkultur som grunnlag for verdiskaping,            | Alf Albriksen<br>Fiskeridirektoratet/<br>NTNU |
| 1450- 1500 | Kaffepause   |   |
| 1500- 1600 | Diskusjon, oppsummering                              |   |

### **Nærmere om opplegget**

En forutsetning for at et slikt seminar skal bli vellykket er at både de som holder innlegg og øvrige deltakere i størst mulig grad er til stede under hele seminaret og bidrar aktivt i diskusjonene. Mange ressurspersoner som kommer holder f.eks ikke programfestede innlegg, men forbereder seg til diskusjonene. Vi har prøvd å holde deltagerantallet innenfor en ramme som fremmer åpne diskusjoner. Dertil skal vi prøve å lage en logistisk ramme som bidrar til det samme.

---

# Vedlegg 7

## Deltagerliste til seminar 21.1. 2003

Alf Albriksen, Fiskeridirektoratet  
Kristen Grieg Bjerke, Fortidsminneforeningen  
Anne C. Brendemoen, ECON Analyse  
Karl Baadsvik, Norsk institutt for naturforskning (NINA)  
Karoline Daugstad, Norsk senter for bygdeforskning  
Åsne Haugsevje, Telemarksforskning  
Lise Jørstad, Miljøalliansen AS  
Frode Kann, Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR)  
Dag Jørund Lønning, Telemarksforskning  
Per Ivar Moe, Nordea Bank Norge ASA  
Svein Erik Ovesen, Norges Turistråd  
Geir Risåsen, NIKU  
Einar Ruud, Nærings- og handelsdepartementet  
Morten Skadsem, ABM- utvikling  
Ole Skalpe, Statens nærings- og distriktsutviklingsfond (SND)/BI  
Mille Stein, NIKU  
Anne Sæterdal, NIKU  
Ole Jonny Trangsrud, Norsk bygdeturisme  
Marvin Wiseth, Sparebank1 MidtNorge  
Elin Wüller, ABM- utvikling  
Mathias Øvsteng, Norsk kulturarv

Fra Riksantikvaren:

Jostein Løvdal  
May Britt Håbjørg  
Knut Skjeggestad  
Kristine Johansen  
Stene Berg  
Terje Nypan

Fra Miljøverndepartementet:

Lise Asphaug  
Liv Hege Skagestad  
Einar Holtane  
Kari Ch. Larsen  
Tonte Hegard

## Vedlegg 8

### ***Referat fra seminar om kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping, Riksantikvaren 21. januar 2003***

Følgende referat gjengir noen hovedpunkter fra foredrag og påfølgende diskusjoner på seminaret. Noen av innleggene er vedlagt enten som abstracts og/eller pp/oh-figurer. For øvrig vises til tekster/utredninger som ble utsendt til deltagerne på forhånd.

Referatet er gruppert i fire bolker: 1) Begrepene økonomi og verdiskaping i forhold til kulturminner/kulturmiljøer, 2) Kultur som ressurs for reiselivet, 3) Eksempler på verdiskaping basert på kulturminner og kulturmiljøer, 4) Sluttdiskusjon.

### ***Begrepene økonomi og verdiskaping i forhold til kulturminner/kulturmiljøer***

#### **Kan vi måle hvordan kulturelle uttrykk bidrar til økonomisk verdiskaping?**

V/Frode Kann, Norsk institutt for by- og regionforskning

Vanskelig å måle kultur og kulturelle uttrykk sin verdi eller effekt. Det en kan si noe om er de indirekte effekter.

Viktig å finne ut hva man mener med verdier (hva man til enhver tid vil legge vekt på) og verdiskaping.

Ulike verdier kan stå i et motsetningsforhold til hverandre (vektlegging av én type verdi vil minske en annen verdi). Verdier avhengig av kontekst.

Vanskelig å sette markedsverdi på kultur. Kan eventuelt få et "mål" på kultur ved å se dette opp mot alternativ ressursbruk. Kan også beregne ringvirkninger i forhold til en aktivitet basert på kulturminner/-miljøer.

Diskusjonsmomenter:

- Verdi er mer enn det som kan måles i forhold til et marked. Hvordan kan en for eksempel måle effekt av markedsføring?
- Kan vi dra nytte av hvordan forsikringsselskapene tenker? De må verdisettede objekter. Kulturminner kan betraktes som uerstattelige, men forsikringsselskapene tenker i forhold til sikkerhet rundt disse objektene og kommer slik inn på verdisetting.
- Man kan verdsette kulturminner økonomisk, blant annet se hvordan det er gjort i forhold til miljøverdier. Finnes systemer å utlede verdisetting fra.
- Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet er i diskusjon med Kulturrådet for å prøve å få en statistikk om hvorvidt det kan dokumenteres en forbindelse mellom kulturlivet og verdiskaping.
- Viktig å trekke inn tidsperspektivet i forhold til drøftinger av verdiskaping rundt kulturminner. Det kreves langsiktighet.
- Det kulturelle uttrykket kan måles, men ikke isoleres.

## **Hva kan kulturøkonomien bidra med?**

V/ Dag Jørund Lønning og Åsne Haugsevje, Telemarksforskning

Kulturøkonomi går ut på å transformere lokal kunnskap til en ressurs for steds- og næringsutvikling. En endogen prosess, dvs tar utgangspunkt i det lokale.

Ny forskning som viser hvordan kulturelle forhold (kultur og identitet) virker inn på økonomisk utvikling: Regioner med ellers like strukturelle forutsetninger utvikler seg ulikt. Dette har blant annet med kultur å gjøre.

En kan tenke i tre nivåer i forhold til å bruke kulturminner/-miljø i en verdiskapingsammenheng:

- å bruke selve kulturminnet
- å bruke symbolverdien
- det helhetlige region- eller landskapsnivået

En må tenke på det som ikke er i bruk av kulturminner og –miljøer og legge vekt på å få til bruk som hindrer forfall, heller enn å fokusere på forbruk.

Vekk fra objekt- tankegang og over på helhetstenking.

I dag kan vi velge og plukke elementer fra fortid, nåtid og fremtid. Mytologi står sentralt, f eks. i filmindustrien (Ringenes Herre etc.), men kanskje er vi for lite flinke til å nyttegjøre vår egen mytologi i form av kulturminner? Kulturminner er mytopoetiske – de kan fortrylle verden.

Kulturminner kan være gode markører for særpreg og det som er annerledes, kulturminner markerer at vi er forskjellige i tid og rom. Kulturminner kan brukes som kilde til forbløffelse og undring heller enn enhet og likhet.

Ligger en utfordring i definisjonsmakt og lokal deltakelse → kulturminne- forvaltningen må åpne opp "sine" begreper og la folk komme med sine synspunkter.

Diskusjonsmomenter:

- Viktig å koble ulike typer kunnskap inn i kulturminne- forvaltningen, å få til en likeverdig dialog mellom lokalkunnskap og "ekspertkunnskap"
- Utfordringen ligger i at ekspertene ikke skal fortelle lokale aktører hva som er verdifullt for dem.
- Ekspertens rolle kanskje først og fremst som agitator?
- Hvordan skal en kunne sikre seg objektene og samtidig vektlegge helheten – jfr. at det å få opp folks engasjement ofte er knyttet til enkeltobjekter – det håndfaste og oversiktlige. Kanskje eldhus- prosjektet i Hjartdal i Telemark et eksempel her – her er hver eldhus -eier ansvarliggjort samtidig som han/hun er del av en større satsing i Hjartdal.



## ***Kultur som ressurs for reiselivet***

### **Kultur som utgangspunkt for verdiskaping**

V/ Marvin Wiseth, Sparebank 1 Midt-Norge

Kultursektoren er dårlig til å kommunisere med samfunnet omkring seg, kommer lett i forsvarsposisjon. Det utvida kulturbegrep er en avsporing, er meningsløst å koble travsport og stavkirker.

Å aktivisere det lokale kulturlivet er et viktig grunnlag for næringsutvikling.

De bedrifter som kommer lengst i næringslivet er de som er klare på verdisyn. De som har de beste historiene å fortelle som overlever. Eks. fra byjubileet i Trondheim i 1997: Snudde trønderne fra å være tause og inneslutta til å bli åpne og med framtidstro. Har mye med identitet og tilhørighet å gjøre – at en brukte historien aktivt. Et annet eks. er Lierne lefsebakeri, ligger 3,5 timer nord for Trondheim Det er i dag en suksessbedrift, ikke fordi de ligger sentralt eller er del av en næringshage eller et veksthus, men fordi de bygger på en lokal forankring. Et annet eks. er alt som er blitt til rundt ”UFO-bygda” Haltdalen, spiller ingen rolle om det er UFO eller stavkirke bare en finner noe eget -> oppfordring: Finn bygda/stedets ”UFO!”

Evne til å omstille seg svært viktig.

Mange gjensidige myter skapt mellom kultursektoren og næringslivet. Viktig å skape arenaer for å møtes, gjensidig nytte.

Diskusjonsmomenter:

- Hvorfor fikk ikke Oslos byjubileum samme suksess som i Trondheim? Interessant å tenke over hva som ”treffer” og ikke i slike satsinger.
- Vi snakker ikke om samme, men om ulike UFO- er
- Trondheims jubileums- suksess var ikke planlagt eller forutsett

### **Trender i turisme**

V/ Svein Erik Ovesen, Norges turistråd

Natur og kultur, kulturen i naturen – hvor viktig er skillene? Helhetstilnærming -> en utfordring for forvaltningsapparatet, det er de som har ansvar.

Ser naturen som et bakteppe på en scene hvor menneskene, kulturen, maten etc. skal spille hovedrollene.

Landbruket som opprettholder av kulturlandskap viktig.

Alle landets kommuner satser på reiseliv, alle skal bruke penger på planer for å utvikle dette, må heller tenke mer regionalt.

Kommunene har en stor utfordring i å ta vare på helhetspreget i småsteders visuelle uttrykk, kulturminnene er klart viktige, men det er mye ugjort på helhetstenking.

Norges turistråd har et samarbeid på gang med avtalepartene over landbruksavtalen. Satsingsområder framover: Aktiv ferie, bilferie og bygdekultur.

Diskusjonsmomenter:

- Kulturøkonomi handler på mange måter om å bryte ned det samlede og definerte ”norske” og heller få fram lokale/regionale særpreg.
- Viktig å få lokalsamfunn til å slutte opp om lokale eller særegne produkter.
- Å få kulturminner til å få betydning for folk på de lokale stedene er viktig
- En må ikke bli desperat selv om ikke alle kommuner får til reiseliv.
- Hvem har ansvar for satsinger på det regionale nivå? Det finnes en del sammenslutninger på regionalt nivå, eks. Midt-norsk reiseliv, Fjord-Norge, men de sliter med økonomien.

### **Kulturmiljøer som reiselivsprodukt**

V/ Ole Jonny Trangsrud, Norsk bygdeturisme

Ta i bruk ressursene, ikke bare som ”avlat”. Både fysisk og ikke-fysisk utnyttelse av ressursene.

Viktig å foredle råvaren profesjonelt.

Bruk og lønnsomhet gir forståelse for verdi. Vi må kunne bruke ressursene uten å forbruke dem.

Turister søker opplevelser og aktiviteter, lar seg ikke ”lede” og vil gjerne ”oppleve noe som ikke alle andre har opplevd”. Folk søker spenning og ekte opplevelser som ikke er konstruert for turistene, men hva skjer da med for mye tilrettelegging og foredling? Opplevs produktene fremdeles som ekte?

Eksempler fra turisme i Rio, blant annet Sukkertoppen.

Diskusjonsmomenter:

- Parallell mellom turisme og tilrettelegging på Sukkertoppen og Gaustatoppen
- Negativ utvikling på bygdene generelt – ofte ”markedsfører” bygda med noe som en faktisk ikke har, må tenke annerledes.
- Ikke nødvendigvis slik at bygdeturisme er billigere enn annet reiseliv.
- Departementene motarbeider hverandre i en viss grad mht reiselivs- satsing.

### **Reiselivet taper i distriktene – kan trenden snus?**

V/ Ole Skape, BI/Høyskolen i Buskerud

Mange kulturskatter i distriktene.

Nedgang i distriktsreiselivet, vekst i de større byene. Distriktene taper i utenlandsturismen.

Det pågår en nedsmelting av reiselivet.

Diskusjonsmomenter:

- Vi har ikke god nok statistikk på en rekke områder innen reiselivet. En uttaler seg mye på grunn av hotellgjestedøgn, men det er en for dårlig indikasjon.
- Samarbeid mellom det etablerte reiseliv (hoteller etc.) og øvrige kulturtilbud, opplevelser etc. er viktig. Skape allianser.
- Tallene går ned i distriktene, vi ser dette f eks for stavkirkene, dette avhengig blant annet av pris og manglende helhetsprodukter
- Også andre større samfunnsendringer har stor betydning – eksempelvis dersom en kommunikasjonslinje nedlegges/omlegges vil enkeltkulturminner kunne tape stort på det.
- Kulturminner er en ressurs for reiselivet som de ikke betaler noe for.
- Kulturverdier er noe vi har behov for å oppleve. Vern gjennom bruk er mottoet for stiftelsen Norsk kulturarv, men ut fra et slikt standpunkt vil en likevel hele tiden komme ut i grenseoppganger mellom bruk og forbruk.

### ***Eksempler på verdiskaping basert på kulturminner og kulturmiljøer***

#### **Fra gjeddekaker til stavkirker – praktisk erfaring med kulturminner og verdiskaping** Kristen Grieg Bjerke, Fortidsminneforeningen

Eksempel: Fetsund lenser – kulturminnet ingen ville ha, kommunen ville rive og legge ut til tomter, Fortidsminneforeningen gikk inn og initierte formidlingsrettet virksomhet, matkultur/-servering, fiskekultur etc. -> snudde situasjonen fra ikke verdsetting og riving til positive holdninger til kulturminnet lokalt, også politisk.

Fortidsminneforeningen ansvar for 43 eiendommer. Når Opseth endra kommunikasjonen på Vestlandet ble Urnes, Hopperstad og Borgund stavkirker vanskeligere tilgjengelige. Fortidsminneforeningen har tjent mye penger på disse objektene som brukes for å kunne ta vare på kulturminner som ikke kaster av seg.

#### **Næringsvirksomhet knytta til freda gårdsbruk – Jøsvoll i Stordal** V/ Per Ivar Moe, Nordea bank AS

Må være klart eierskap til bygningsmassen for å kunne få til en skikkelig satsing rundt et slikt miljø (eier må få lov å disponere og endre, eks. få varig fritak fra bo- og driveplikt) men OK med et ”driftsregime” på eiendommens arealer.

Utviklet tilbud med toppturer til fjells og laskefiske som ”obligatoriske” innslag for de som legger seminar/jobbreise til Jøsvoll.

Viktig å trekke på lokal kunnskap, bruke lokal snekker, kokke fra stedet, lokal tur-guide etc., når en skal utvikle et slikt produkt.

Diskusjonsmomenter:

- Kan eksempelet Jøsvoll ha positivt smitteeffekt på andre satsinger i samme bygd eller andre steder?
- Profilerte personer selger
- Jøsvoll et nisjeprodukt med en viss eksklusivitet

## **Vevlen gård – en prosess for verdiskaping**

Anne Sæterdal, Norsk institutt for kulturminneforskning

Hvordan skal en tenke for å utvikle et slikt kulturminne som Vevlen gård? Eier har ingen forestillinger om å klare å håndtere huset, eier har bare vonde minner tilknyttet huset grunnet i forventninger om støtte til vedlikehold fra tidligere som ikke ble innfridd. Derfor er det en utfordring å komme i godt innrep med eier nå

Vevlen gård har ikke vært gjennom en verdiskapingsprosess, men har stort potensiale. Det er til nå gjort lite for å synliggjøre ressursen

Vevlen er et godt case for å beskrive nødvendige elementer i en verdiskapingsprosess.

Fylkene bør være viktige aktører i en slik prosess

Generelle synspunkter:

Verdiskapingsbegrepet er relevant for kulturminneforvaltningen

Den offentlige kulturminneforvaltningen bør legge aktivt til rette for verdiskaping

Verdiskaping på kulturminnefeltet forutsetter komplekse prosesser med mange aktører

Det bør etableres et verdiskapingsprogram for å utløse potensialet på kulturminnefeltet i Norge

## **Kystkultur som grunnlag for verdiskaping**

Alf Albrigsten, Fiskeridirektoratet/Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

Å koble kystkulturen og kystens næringsliv er i utgangspunktet eksportverdiskaping -> godt område for å få til et nasjonalt løft på kystkulturminner og verdiskaping.

Kultur kommet inn i verdiskapings- tenkinga i fiskerinæringen først i det siste.

For å få til et løft trengs det allianser mellom private aktører og kultursiden.

Kultur må nedfelles som et punkt alle sektorer og departementer må ta stilling til på samme måte som miljø er et gjennomgangstema i dag.

Bruke kulturmiljøer i markedsføring og til å øke den økonomiske verdiskapinga innenfor et marked.

Kultur må forankres i næringa, den må gis legitimitet.

Vi må få etablert et nasjonalt program med regional forankring som ser på kystkultur og verdiskaping. Må prioritere noen områder, eks. Lofoten, Hardanger – regioner som blir merkevarer.

FuU er et viktig element i å få til en ønsket utvikling

## ***Sluttdiskusjon***

### **Innledning**

V/ Karoline Daugstad, Norsk senter for bygdeforskning

Allianser og samarbeid:

- Det ”store” og ”lille” reiselivet, motsetninger og muligheter
- Bruk og vern, vern gjennom bruk i forhold til forbruk – en klassisk diskusjon, finne gode eksempler på kultur som profil for næringslivet
- Det offentliges rolle (på ulike nivå) vs. andre aktører - eksempelvis synliggjøring av frivillige organisasjoner og ildsjelers innsats -> passiviseres dermed det offentlige?

Gode eksempler:

- Enorm bredde i type kulturminner, type steder, kyst – innland etc.
- hvem vinner og hvem forsvinner på feltet kulturminner verdiskaping? Identifisering av suksesskriterier.
- Kulturminnevernet tradisjon for å være selektivt – får vi også en selektiv verdiskaping basert på vise typer kulturminner fra visse steder og i en viss alder?
- Å slå andre av banen... jfr. alle kommuner satser på det samme heller enn koordinering og regional tenking.
- Dels parallelle utfordringer i forhold til verdiskaping innen naturvern og kulturminnevern.

Oppfølging av seminaret, videre arbeid:

- Å klargjøre ens verdistandpunkt viktig, kommunisere ut egen vektlegging for å slik å legge til rette for reell dialog og samhandling -> mange ulike former for formidling, og mange ulike aktører som har/bør ha noe å formidle.
- Arbeides med Stortingsmelding og kulturminnepolitikk.
- Kriterier for kulturminnefondets arbeid.
- Forskningsbehov også under utredning.
- Kan denne type fora som seminardeltakerne utgjør ha en rolle videre?

Diskusjonsmomenter:

- Vi vet for lite om slitasje på kulturminnene. Eksempel fra noen av Fortidsminneforeningens eiendommer: Per Amundsa-gården på Røros, tyder på at den er i bedre stand etter at det har blitt åpnet for utleie enn hvis det ikke var det. Steinvikholmen er ikke nedslitt av musikkteaterets virksomhet (operaforestilling i/på ruinene) men vær og vind-slitasje og dårlig vedlikehold. Borgund stavkirke er mest en psykisk slitasje, at folk i sognet ikke kan begrave sine slektninger uten at det er turister til stede.
- Vi må få lov å sette våre spor i omgivelsene også i dag, skape vår tids kulturminner.

- Viktig for videre forskning og kunnskapsoppbygging: Ta utgangspunkt i den kunnskapen som allerede finnes rundt om i landet.
- Viktig å sette eierne og lokalsamfunnet i fokus.
- By- og tettstedsutvikling – dette er en arena hvor mye kan skje fremover, har her en arena for kunst- og kulturformidling.
- Vi må komme videre med formidling, må foredle produktene for å få ressursene aktivisert, må ”pakke inn” natur og kultur med gode historier.
- Viktig med allianser mellom museum, næringsliv og turisme.
- Hvorfor skjer det ikke noe i forhold til verdiskaping og kulturminner, dette har vært en diskusjon i lang tid. Er eksemplene vi snakker om bare noen få ”avvik”?
- Allianser mellom fylkeskommuner, SND og andre -> må diskutere hvordan en kan lage en ”verktøykasse” som gir et helhetlig grep på verdiskaping og kulturminner.
- Viktig å ta frem at det har skjedd en masse positivt de siste 10 årene. Men en må antagelig ta skikkelige regionale grep for å få til gode satsinger nasjonalt. Hvis vi ikke får en samlet regional satsing vil ressursene bli strødd altfor tynt utover og vil få liten/ingen effekt.
- Hva med fylkeskommunens rolle? –den er mer uklar enn noen gang, og det er ikke sikkert den vil være mest sentral i å ta det regionale grepet.
- Fokus i dag på kulturminner er kanskje rettet for mye mot ”de andre” i betydning turistene, vi må også tenke på ”oss selv” = eierne.
- For at noe skal være interessant for turistene må det også være interessant for lokalsamfunnet, altså noe lokalsamfunnet slutter opp om.
- Viktig å samle tunge virkemidler, for eksempel innenfor landbruk.
- Entreprenørskap er et nøkkelord: Det skjer mye interessant rundt i bygdene og ellers av entreprenørskap som kan være relevant å trekke inn.
- Vi befinner oss i ”et mulighetens rom”: Det har nesten aldri vært så stor oppslutning rundt en høring av en NOU som rundt NOU 2002:1 ”Fortid former framtid”. Staten kan gjøre mye, men må ha med andre, organisasjoner og næringslivet, for eksempel bygge- og eiendomsbransjen.