



Urban Design



Riksantikvarieämbetet



Kulturarvet som resurs för regional utveckling

Marianne Nilson & Sven-Olof Lindquist, Centrum för Östersjöstudier

Birgitta Elfström, Riksantikvarieämbetet

Martin Paju, CERUM

Lotta Braunerhielm, avd. för geografi och turism, Karlstad Universitet

Jonas Grundberg, ETOUR, Mitthögskolan i Östersund



Kulturarvet som resurs för regional utveckling

Marianne Nilson & Sven-Olof Lindquist,

Centrum för Östersjöstudier

Birgitta Elfström, Riksantikvarieämbetet

Martin Paju, CERUM

Lotta Braunerhielm, avd. för geografi och turism,

Karlstad Universitet

Jonas Grundberg, ETOUR, Mitthögskolan i

Östersund

Typsnitt: Garamond (Adobe)

CERUM Working Paper 49:2002

ISBN 91-7305-319-8

ISSN 1404-5362

CERUM; Umeå universitet; 90187 Umeå

Tel.: 090-786.6079 Fax: 090-786.5121

E-post: regional.science@cerum.umu.se

www.umu.se/cerum

Innehåll

Förord	7
Inledning	9
Värdet av Kultur	11
Uppdraget	11
Regional relevans	11
Bakgrund och problemdiskussion	12
Undersökningens uppläggning	15
Litteraturförteckning	15
Kulturarvsbruk	17
Själ och kropp	18
Ekonomiska och sociala förändringsmönster i kulturmiljöer – rapport från en fallstudie	21
Kulturmiljövården som arena för individuella behov	23
När- och fjärrturism	24
Fritids- och permanent boende	25
Ägarförhållanden	25
Näringsliv	26
Föreningslivet	27
Utbildningsaktörer	28
Sammanfattning	28
Litteratur	29
Plats, kulturarv och konsumtion	31
Litteratur	31
Den nya tidens turism	31
Globaliserad kultur	32
Varugörandet av platser och rum	33
Intresset för autenticitet och kulturarv – en respons på moderniteten	36
Den postmoderna turisten	37
Typologier av autenticitet	38
Kommersialisering av kulturarvet – en effekt av den nya tidens turism	39
Förmedling av kulturarvet	41
Representation av samhälle/plats	42
Lokalbefolkningens representation kontra de professionellas	44
Vad förmedlas och tolkas?	45
Sammanfattande reflektion	46
Litteraturförteckning	47
Kulturarv, turism och regional utveckling	51
Sammanfattning	51

Förord

Denna skrift utgör resultatet av ett seminarium "KULTURARVET SOM RESURS FÖR REGIONAL UTVECKLING" som CERUM arrangerade i samarbete med Riksantikvarieämbetet den 16 maj 2002.

Seminariet utgör en del i det forskningsprojekt med samma rubrik, som Riksantikvarieämbetet initierade 2001. Arbetet med seminariet har stärkt vår uppfattning om värdet av ett utbyte mellan olika forskningsinriktningar och regelbunden redovisning av empiriskt material. Målsättningen är att tillföra och utveckla hypoteser som kan stärka teoribildningen på området. Rapporten redovisar ett antal studier som ger läsaren en orientering över svenska arbeten och resultat samt möjliga forskningsinriktningar i framtiden.

Projektet i sin helhet har utförts i samverkan mellan CERUM:s projekt Urban Design och Riksantikvarieämbetet som även har finansierat seminariet. Seminariet och seminarierapporten har utarbetats under ledning av Fil. Mag. Martin Paju, verksam vid CERUM. Jag vill här framföra ett tack till de personer inom projektet Urban Design och Riksantikvarieämbetet som möjligtgjort seminariet. Ett särskilt tack till seminariets föreläsare som lagt ned arbete och tid i projektet.

Umeå i oktober 2002

Martin Paju

Inledning

Syftet med seminariet var att stärka forskningen inom kunskapsområdet ”kultur-arvet som strategisk samhällsresurs” genom att erbjuda forskare ett heldagsseminarium för kunskapsutbyte och uppbyggande av nätverk kring detta problemområde. Det är vidare CERUMS förhoppning att seminariet och detta paper genererar debatt och erfarenhetsutbyte kring de problem och möjligheter som ett allt starkare nyttoperspektiv på kulturarvet har fört och kan föra med sig. Vid seminariet presenterades aktuella forskningsprojekt på temat kulturekonomi och kulturarvet som resurs i samhällsplaneringen. I samband med seminariedagen uppmanades medverkande forskare att bidra med sina inlägg till en gemensam publikation. Detta paper är således ett viktigt steg i kunskapsutvecklingen som ytterligare stärker samtalet om kulturarvet som samhälls- och kollektiv nytta.

På senare år har en tydlig trend skett på kulturområdet och inom kulturpolitiken där kulturområdets tidigare roll som autonom kraft och självklara plats i samhället börjat ifrågasättas till förmån för ett ökat brukande och ökade ekonomiska förväntningar. Förväntningarna, som ofta reser frågor kring kultursektorns ökade instrumentella inriktning, har även placerats ihop med graden av tillgänglighet. Många av seminariets föreläsare berör denna problematik i ett historiskt perspektiv.

Nedan följer en kortfattad presentation av seminariets föreläsare.

Företagsekonomen Marianne Nilson, som tillsammans med Sven-Olof Lindquist lämnar en beskrivning av forskningsprojektet *”Värdet av kultur”*, tar avstamp ur ett intresse av att med olika utgångspunkter, metoder och processer kunna testa och utveckla olika värderingsmodeller som belyser hur värdet av kultur kan relateras till andra samhällsfaktorer. Projektet är initierat av Statens Kulturråd.

Birgitta Elfström, som är bebyggelseantikvarie på RAA, problematiserar kulturarvets brukare och dess relation till den professionella delen av kulturmiljövärderna. Elfström belyser problemen för en offentlig kulturmiljövård dess ömtåliga relation till ideellt arbetande entusiaster. Elfström hävdar att det krävs ekonomiska och fysiska förutsättningar för att samarbete och inflytande ska fungera.

Martin Paju, projektledare vid CERUM, som också arrangerat seminariet, bidrar med en lägesrapport från pågående fallstudie inom projektet *”Kulturarvet som resurs för regional utveckling”*. Studien, som har sin utgångspunkt i att kulturarvsbetingade företeelser utgör ett incitament för social och ekonomisk tillväxt, har i huvudsak fokuserats på förekommande brukargrupper i fyra olika kulturmiljöer.

I den fjärde artikeln har Lotta Braunerhjelm valt att lyfta fram den nya tidens turism, som en del av den konsumtions- och varugörande process som det sen- eller postmoderna samhället karaktäriseras av. Hon hävdar att det finns en skillnad i hur platser förmedlas och tolkas och att en del av skillnaden beror av effekter av samhällsförändringen från det moderna till det senmoderna samhället. Lotta Braunerhjelm är verksam vid avdelningen för geografi & turism, Karlstads Universitet.

Sist redogör Jonas Grundberg, verksam vid ETour i Östersund, för innehållet i sin rapport Kulturarv, turism och regional utveckling. Rapportens problemfält utgörs av hur olika former av globala utvecklings- och förändringsprocesser i världen påverkar bruket av kulturarv i Sverige. Bakgrunden till rapporten är en alltmer tilltagande kulturell, social och ekonomisk globalisering samt vilka konsekvenser detta har för innehållet i och bruket av kultur och kulturarv.

Värdet av Kultur

Marianne Nilson & Sven-Olof Lindquist

Centrum för Östersjöstudier
Högskolan på Gotland

Uppdraget

Projektet är initierat av Statens Kulturråd och är ett forskningsprojekt med utredningsinslag. Värdet av kultur har ständigt varit föremål för diskussion. För Statens Kulturråd och andra kulturinstitutioner är värdet av kultur, i enlighet med verksamheternas uppdrag, omistligt och självklart positivt. Dock finns ett intresse av att med olika utgångspunkter, metoder och processer, kunna belysa hur värdet kan relateras till andra samhällsfaktorer. I denna avsikt är det av vikt att ämnet utforskas förutsättningslöst så att såväl positiva som negativa aspekter av kulturaktiviteter tas fram. Ett intresse finns att testa och utveckla olika värderingsmodeller bl. a. ekonomiska beräkningsmodeller men också andra värderingsmodeller grundade på s. k. ”mjuka” värden, d. v. s. det medborgare uttrycker i form av attityder, genom handlingar och beteenden. Uppdraget är att belysa hur man kan ta sig an problematiken att värdera kultur.

I uppdraget ingår att använda Gotland som den geografiska utgångspunkten för studierna. Valet av region motiveras av att den är klart geografiskt avskild från andra regioner i Sverige. Gotland har dessutom ett såväl brett som djupt kulturutbud, vilket gör det möjligt att på en begränsad yta erhålla ett mångfacetterat material. Olika kulturyttringar skall belysas, såväl sektoriella som aktiviteter där flera kultursektorer samverkar. Likaså skall kulturinstitutionernas betydelse för utvecklandet av t. ex. evenemang belysas liksom hur stat- och kommunbeslut påverkar kulturlivet.

Regional relevans

Gotland är ett län och en kommun. På ön bor 57 500 personer varav 38% i Visby. Offentlig sektor och jordbruk har dominerat sysselsättningen. Inom elektronikindustrin är Flextronic den största arbetsgivaren. Andelen IT-företag ökar ständigt och länet är bland de fem främsta i Sverige vad avser andelen sysselsatta i IT-företag jämfört med riksgenomsnittet (Gotlands kommun och SCB, 2000).

Gotland är Sveriges företagstätaste län med 84,9 företag per 1000 innevånare. De flesta av dessa är jordbruksföretag. Ett nyföretagande inom kultursektorn, interaktiva media och digital teknik är dock på frammarsch. Gotland är även det län i Sverige som har högst andel företag med mindre än 20 anställda, 98,3%.

Det föreslagna forskningsprojektet har en mycket god överensstämmelse med regionens beslut om profilområden för näringslivsutveckling. Gotland genomgår en strukturomvandling och i det omställningsarbete som bedrivits under det senaste året har tre profilområden identifierats: upplevelseturism, interaktiva medier och gotländska kvalitetsprodukter. De två första har en direkt koppling till Högskolans satsningar, såväl inom grundutbildning som forskning. Detta ger särskilt goda förutsättningar för att satsningarna skall ge ett bestående mervärde och på ett konkret sätt anknyta till andra typer av utvecklingsatsningar för regionen.

Ett stort inslag i den gotländska företagsstrukturen är den säsongsrelaterade turism- och besöksnäringen som även påverkar andra branschers arbetsbelastning. Under sommarmånaderna reser ca. 600 000 till Gotland, varav högst 2% är gotlänningar. Antalet besökare ökar varje år. Gotland har även ett stort antal konstnärsföretag och konsthantverkare och ett antal småskaliga industrier där produktionen håller en hög formmässig kvalitet, t. ex. päls-/mode-företag och möbelindustri.

Bakgrund och problemdiskussion

Bristen på pengar förstärker behovet av prioriteringar d. v. s. hur begränsade medel skall fördelas. Detta gäller inte minst på regional nivå, i landsting och kommuner. Inte sällan upplevs satsningar på vård som mer nödvändiga än satsningar på kultur. Lika ofta hävdas att "människan inte lever av bröd allena", att kultursatsningar är nödvändiga och att de har ett stort värde. Att öka arbetstillfällena, att stimulera entreprenörskap och nyföretagande står inte sällan på agendan för riks- och regionalpolitiker. Lokaliseringsbidrag, pengar från näringsdepartementet och EU:s strukturfonder ses ofta som lösningen på problemet. Sällan diskuteras andra resurser eller stimulansåtgärder än de monetära. Ändå har många i debatten hävdat att en god miljö attraherar kompetent personal och att en etableringsort med ett rikt kulturliv har en större dragningskraft på såväl entreprenörer som anställda. Den motsatta åsikten kan vi bl. a. finna i kulturekonomen Bille Hansens (1993, 1996) forskning som har sin utgångspunkt i ekonomisk teori;

"Om man betraktar kulturen som ekonomisk tillväxtfaktor är resultaten dock icke imponerande. Utredningarna tycks inte bekräfta att kulturen är en viktig lokaliseringsfaktor, att kulturturism är ett speciellt utbrett fenomen, eller att kultur skulle befrämja export i nämnvärd grad. Och inte ens argumentet att offentliga subventioner 'kommer tillbaka' i form av skatter och utgifter kan fungera som seriös legitimation." (Bille Hansen 1993, s 134)

Bille Hansen (1996) hänvisar bl. a. till forskning gjord av Rubenowitz och Rubenowitz (1990) och av Myerscough (1988). Deras studier visar att de sköna konsterna (the arts) inte prioriteras av näringslivet eller av arbetsför befolkning vid val av ny etablerings- eller bostadsort. För industrin är "hard business factors" d. v. s. försäljningsmöjligheter, infrastruktur, personaltillgång, lönenivå, lokalkostnader, fastighetspriser och skattenivå viktigare. Vid val av bostads- och arbetsort prioriteras mängden arbetstillfällen, bostadsmöjligheter, skolor, transportmöjligheter, sportaktiviteter och fritidsmöjligheter.

Vi frågar oss om dessa studieresultat har speglat eller speglar verkligheten. Teorier i konsumentbeteende och marknadsföring såsom "one-to-one marketing" (Feurst 1999) eller "business to business" (Gummesson, Lehtinen och Grönroos, 1997) menar att producenter, köpare och säljare har ett långt mer varierat behov. Detta medför att produktionsserier är korta, att konsumenter efterfrågar tjänster, upplevelser och produkter som stämmer med personlighet och livsstil. Vi kan också konstatera att näringslivet i bl. a. media och politisk debatt uttrycker ett allt större behov av snabba omställningar, ökad kreativitet och stimulans för att tillgodose konsumenternas differentierade krav. Inte sällan uttrycks behov av en stimulerande miljö och att samarbete med fria konstnärer kan vara en lösning för att få till stånd ett nytänkande och innovationer.

Ett ytterligare argument för att såväl näringsliv som enskilda medborgare kan ha andra prioriteringar än de ovan nämnda är att deltagande i kulturaktiviteter eller upplevelser av de sköna konsterna i lika hög grad som annat kan ses som fritidssysselsättning. Vad fritidssysselsättning enligt författarna ovan innebär är oklart. Enligt Pine och Gilmore (1999) är människors behov av upplevelser den stora tillväxtmöjligheten inom tjänste- och servicenäringslivet som t. ex. besöksnäringen, utbildningsområdet men också inom handeln. I detta sammanhang blir självfallet konst- och kulturföretagare nyckelaktörer, men kunderna spelar en avgörande betydelse i produktionen. Pine och Gilmore menar att när man skall "uppföra" en "upplevelse" så handlar det inte om att roa/underhålla utan att engagera, aktivera och transformera besökare/konsumenter/företag. Det bör noteras att det engelska ordet "experience" inte bara har betydelsen uppleva/upplevelse utan också betyder erfara och erfarenhet. "Experience" med dess dubbla betydelse ses som det som ökar kunskapen och idén med transformering/förvandling är enligt författarna att människor skall uppnå visdom, ett ord som alltför sällan används i dagens affärsvärld. Dessa abstraktioner är alla beteckningar på värden som affärsvärlden brukar beteckna med "intangibles" och i enlighet med tesen ovan menar de att;

”When the offering becomes more intangible the value becomes more tangible”

Senare debatt och teoribildning om designens betydelse, om identitet och ”branding” ger ytterligare näring åt tanken att de sköna konsterna och kultur fått en mer framträdande roll för 2000-talets människor och näringsliv. (Kapferer 1992, Svengren 1995, Uggla, 2000., Apeira, 2001.)

Vad är kultur? Ordet ”kultur” kan användas i betydelsen ”kollektiv, mental programmering av föreställningar” som särskiljer en grupp medlemmar i en kategori från en grupp medlemmar i en annan (Hofstede 1991). I kulturpolitiska sammanhang görs en betydande avgränsning för att åstadkomma ett begrepp som är möjligt att hantera i politiskt och praktiskt arbete. Men inte ens en sådan avgränsning gör begreppet entydigt och statiskt. Innebörden har skiftat över tiden vilket påverkat det kulturpolitiska arbetet. I utredningen ”Kulturrådet – Ny kulturpolitik” presenteras vad som brukar betecknas som grundvalen i svensk kulturpolitik. Där konstaterar man att kultur sedan 1960-talet har antagit en bredare betydelse än tidigare. De olika konstarterna sattes tidigare i fokus men nu införs områden som miljöfrågor, utbildning, organisationsliv, och massmedier. En förskjutning av tyngdpunkten gjordes, från ”företrädesvis konstnärernas och kulturproduktionens villkor till frågan om kulturens funktion för individen, mottagaren och för samspelet mellan individ och samhälle” (SOU 1972:66, s 168).

I mitten av 90-talet skulle 70-talets kulturpolitik utvärderas. I detta sammanhang uttalades ett behov av att den nationella kulturpolitiken skulle anta en annorlunda inriktning. Kulturbegreppet diskuterades brett, kultur kunde innebära ”en människas totala livssituation, d. v. s. syntesen mellan mänskliga villkor och handlingar, sociala relationer, nedärva liksom nyskapande” och samtidigt vara avgränsat till ett praktiskt fungerande begrepp. Slutligen bestämde man sig för ett begrepp som bygger på insikten om att ”kunskapen om livsformer och levnadsvillkor är lika viktig för utformningen av kulturpolitiken som kunskapen om konstens och kulturarvets innebörd och funktion”. I utredningen bestämde man sig för att kultur är ”konsterna, medierna, bildningssträvanden och kulturarven” (SOU 1995/96:84, s 40).

I projektet kommer det regleringsbrev och dess definition av kultur som dikterar Statens Kulturråds uppdrag att vara vägledande. Definitionen skall ses som en utgångspunkt, ej som den absoluta. I analyser och resonemang kommer avvikelser att göras men tydligt påtalas.

Vid en snabb överblick av tidigare kulturforskning kan det konstateras att flertalet projekt är inriktade på sektoriellt och professionellt utövande inom teater, dans, musik, film, litteratur, konst, kulturmiljö och museer. Men det torde finnas lika många evenemang som är gränsoverskridande. Vidare finns det aktiviteter som inte får plats i den traditionella sektorsindelningen t. ex. hembygdsrörelsen, traditionell byggnadsvård och folkbildningsverksamhet (jfr SOU 1995/96:84).

En och för detta projekt troligen mer intressant, utgångspunkt är att studera kulturutbudet, yttringarna och aktiviteterna. Dessa kan struktureras som motsatspar:

- ✗ Professionellt ledda/styrda/framförda aktiviteter – Av amatörer ledda/styrda/framförda aktiviteter
- ✗ Endimensionella aktiviteter knutna till en kultursektor – Flerdimensionella, gränsoverskridande aktiviteter.
- ✗ Kontinuerliga aktiviteter (t. ex. länsteater, museiverksamhet, bildningsverksamhet) – Temporära aktiviteter (t. ex. filmfestival, medeltidsveckan, etc.)

Inte minst det sista motsatsparet kan bli särskilt intressant att studera med avseende på värdet av och effekterna av kulturyttringar.

I vår definition av kultur inkluderas kulturarvet. Minnen, traditioner och associationer ur historien som av någon får stämpeln kulturarv genomgår vad Groys (1992) kallar transvaluering, se nedan. Kulturarv kan definieras som det vi, i nutid, vill minnas av historien eller det som vi bevarar av denna av olika skäl. Historia är således inte liktydigt med kulturarv. Historien omfattar allt som hänt i förfluten tid och är ej beroende av att en nutid uppfattar eller har en åsikt om den. Kulturarv kan sägas vara det som samtiden bevarar och använder sig av ur historien (Lowenthal 1996,

McManamon & Hatton 1999:1).

Enligt Guillet de Monthoux (1998) verkar det vara ekonomernas privilegium att filosofera kring begreppet värde. I den politiska ekonomin har värdeteorierna, under 1800-talet, polariserats i två metafysiska skolor. Arbetsvärdeläran ansåg att en produkt hade det värde som arbetsprocessen vid tillverkningen av densamme ingjutt i den. Denna arbetsvärdelära dogmatiserades av Marx. Adam Smith som företrädde den subjektiva värdeläran menade att ”the eye is larger than the belly”, d. v. s. individens syn på produkterna utgör ekonomins bas. Detta kan jämföras med modern marknadsekonomi som grundar sig på utbud och efterfrågan. I enlighet med denna ger ökad efterfrågan höjt pris eller värde på produkten/tjänsten.

Guillet de Monthoux refererar bl. a. till Groys (1992) som anser att konstföretag skapar sitt värde genom vad han kallar ”transvaluering”, en omlokalisering av produkterna från ett område till ett annat. Groys menar att det finns två områden, det profana och det kulturella. Det profana omfattas av vår tids ekonomiska vardagsliv, d. v. s. den industrialiserade varu- och tjänstetillverkningen som spelar huvudrollen i penningekonomin. Det kulturella området består av vårt historiska minne. Minnesmärkning är en komplicerad process som äger rum i kulturens olika arkiv. Detta görs t. ex. i museer där konst får ett värde genom att införlivas i offentliga samlingar. Kultur har sina arkiv medan det profana har sina lager. I avantgardets konstverk, exempelvis Marcel Duchamps ”ready-mades”, förs föremål från det profana till det kulturella området.

... Olika former av lagerhållning är den profana sfärens pendang till kulturens arkivarbete och minnesmärkning. Under det att minnet blickar tillbaka är lagret framtidsinriktat. ... Konstföretagens värdeskapande resulterar såväl i profanerad kultur som i kultivering av det profana. ... Men hur skall. ... konstföretagare hitta. ... till minnets och marknadernas gränstrakter. ... Konstföretaget, liksom arbitraget på börsen, bygger på värdeskillnader.

... Ibland kan också inre gränser skapa transvalueringsprocesser. Gränsen befinner sig då mitt inne i konstverket eller konsttexten. Konstverkets värde består då i en blandning, en hybrid. ... i sådana hybrider blandas det profana och det kulturella i ett och samma verk (Guillet de Monthoux, s 143, 1998).

Både Groys och Guillet de Monthoux påpekar att transvaluerande hybridiseringar förefaller ha varit dominerande värdeprocesser i s. k. postmodern konst, d. v. s. i en och samma konstproduktion görs det vardagliga till konst och det konstnärliga till vardag. Men detta torde även vara fallet i många nutida evenemang t. ex. Medeltidsveckan på Gotland, konstnärligt utövande profaniseras samtidigt som vardagliga företeelser görs till en konstnärlig installation och i ett och samma evenemang.

”Valuing Cultural Heritage – Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artifacts” är titeln på en nyutkommen bok i kulturekonomi (Navrud, Ready 2002). Som titeln anger har man prövat att överföra icke-marknadsrelaterade värderingsmetoder från miljöområdet till kulturhistoriska objekt. I de tolv presenterade värderingarna av kulturhistoriska platser i Europa och USA och Nordafrika har man använt en traditionell ekonomisk forskningsansats med cost-benefit analyser som huvudsaklig metod inom ramen för forskningsområdet ”cultural economics”. Den bakomliggande avsikten med värderingen av kulturarvet är att ge beslutsfattare verktyg för att styra offentliga medel till objekt valda ur ekonomiska och publika aspekter.

I studierna reduceras människorna till konsumenter av kulturarvet – som en i publiken. Därmed förbigår man alla dem som är aktiva deltagare – aktörer – i kulturarbetet. Alldeles oavsett var dessa befinner sig på skalan från professionella till amatörer kan de ha ett mätbart värde i kulturproduktionen. I vårt projekt avlägsnar vi oss från objekten och riktar istället in fokus på aktiviteter. Om vi tar exemplet länsteatern så bedriver den verksamheter som omfattar betydligt mer än repetitioner och föreställningar på den ordinarie teatern. Länsteatern är aktiv på det regionala planet med föreställningar i skolor och bygdegårdar runt om i regionen samt undervisning och kursverksamhet för skolor och amatörteatergrupper. Naturligtvis är aktiviteter många gånger knutna till en plats eller lokal men verksamheterna har likväl kopplingar och förgreningar – noder och nätverk – som kommer att ingå i beräkningsmodellerna.

Vi kommer därför att avlägsna oss från forskningsfältet ”cultural economics” för att istället fokusera oss på beräkningsmodeller som ligger närmare företagsekonomi och kulturgeografi. Marknadens aktörer och konsumenter blir centrala frågor liksom aspekter på tid och rum, centrum och periferi. Med denna ansats bör kanske projektets titel omformuleras till ”Värdet av kulturaktiviteter”.

Undersökningens uppläggning

Projektet är interdisciplinärt. Detta innebär att forskare i projektet representerar olika discipliner, med olika forsknings- och metodtraditioner. Det är vår övertygelse att detta berikar såväl idégenerering som i slutändan resultatet.

Forskningsarbetet följer ett antal successiva steg. Inledningsvis kommer vi att välja ut sex fall – kulturaktiviteter – inom olika kultursektorer och institutioner och som omfattar såväl professionella aktörer som amatörer. Typfallen har regional förankring till Gotland. Dessa är:

1. Bläse kalkindustri (industrihistoria)
2. Medeltidsveckan (festival, reenactment)
3. Romateatern (teaterföreställningar inriktade på Shakespearedramer)
4. Gotland Chamber Music Festival (kammarmusik)
5. Fröjelprojektet (arkeologi och utställning)
6. Kustparken (filmproduktion)

Typfallen har en regional spridning och är i full verksamhet. De har verkat under olika lång tid. Bläse är äldst från början av 80-talet. Yngst är Kustparken som startat för något år sedan.

Utöver den rumsliga spridningen av verksamheterna och dess inverkan på utvecklingen är tidsaspekten viktig eftersom det handlar om investeringar i objekt och kunskaper som på sikt skall ge utdelning. En intressant fråga är därvid hur lång ”inkubationstid” olika aktiviteter kräver för att komma i ekonomisk balans – om det över huvudtaget är möjligt. I nästa steg kommer vi att identifiera aktörerna och deras nätverk. Flödena av kunskaper, varor och pengar i nätverken skall verbaliseras och om möjligt kvantifieras. Med detta som grund konstrueras värderings- och beräkningsmodeller för såväl kvantitativa som kvalitativa flöden. Samtidigt inhämtar vi ett empiriskt material genom fältarbeten (intervjuer) och genomgångar av arkivmaterial (statistik, årsberättelser, media m.m.).

Slutsteget blir att presentera kvantitativa och kvalitativa värderings- och beräkningsmodeller med målet att dessa skall ha generell användbarhet.

Litteraturförteckning

- ✗ Apeira, T. Brand Relationship Management: den varumärkesbyggande processen. Företagsekonomiska Institutionen, Stockholms universitet 2001
- ✗ Bille Hansen, T. Kulturens økonomiske betydning. Köpenhamn 1993
- ✗ Bille Hansen, T. Kulturøkonomiske studier – økonomiske metoder vedrørende ressourceallokering til kultur- og fritidsaktiviteter. AKF, Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut, Institut for grænseregionsforskning, Köpenhamn 1996
- ✗ Feurst, O. One-to-one marketing. Liber, Malmö 1999
- ✗ Groys, B. Über das Neue. München 1992
- ✗ Guillet de Monthoux, P. Konstföretaget. Korpens förlag, Göteborg 1998
- ✗ Gummesson, E., Lehtinen, U. och Grönroos, C. Comment on Nordic Perspectives on Relationship Marketing, European Journal of Marketing 31 (1–2):10–16.
- ✗ Hofstede, G. Organisationer och kulturer – om interkulturell förståelse. Studentlitteratur, Lund 1991
- ✗ Kapferer, J-N. Strategic Brand Management. Kogan Page, London 1992
- ✗ Lowenthal, D. Possessed by the Past. New York 1996

- ✘ McManamon, S. & Hatton, A. Eds. Cultural Resource Management in Contemporary Society. London och New York 1999:1
- ✘ Myerscough, J. Economic Importance of the Arts in Britain, Policy Studies Institute. London 1988
- ✘ Navrud, S & Ready, R C, Eds. Valuing Cultural Heritage. Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artifacts. Northampton, Mass USA 2002
- ✘ Pine J.B., Gilmore J.H. The Experience Economy – Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business School Press, Boston 1999
- ✘ Rubenowitz, S. och Rubenowitz, U. Kultur som attraktion – vilken roll spelar kulturen för valet av bostadsort. EU-rapport 65, Stockholm 1990
- ✘ SOU 1995/96:84
- ✘ Svengren, L. Industriell design som s-strategisk resurs. Lund studies in Economics and Management, 24, Lund University Press Sweden 1995
- ✘ Uggla, H. Managing the brand-association base – Exploring facets of Strategic Brand Management from the Imaginary Organization perspective. Stockholm 2000

Kulturarvsbruk

Birgitta Elfström

Riksantikvarieämbetet, Stockholm 020513

Kulturarvsbruk är ett begrepp som dyker upp här och var i Riksantikvarieämbetets strategier för framtiden och för kommande forskningsinsatser.

Att bruka, använda och bry sig om kulturarvet är en nödvändighet för att få det att finnas kvar på lång sikt, det vet alla som sysslat med gamla byggnader. En kåk, eller ett slott som ingen bryr sig om, regnar det snart in i och sedan är det för sent, det blir ett fornminne. Det är en uttalad önskan från riksdagen, regering och departement att kulturarvet skall brukas.

Riksdagen har satt sju övergripande kulturpolitiska mål, här följer några relevanta:

- ✗ att verka för att alla får möjlighet till delaktighet i kulturlivet och till kulturupplevelser samt till eget skapande,
- ✗ ge kulturen förutsättningar att vara en dynamisk, utmanande och obunden kraft i samhället,
- ✗ bevara och bruka kulturarvet

Som mål för verksamheten inom kulturmiljöområdet anges

- ✗ allas förståelse, delaktighet och ansvarstagande för den egna kulturmiljön
- ✗ nationell och internationell solidaritet och respekt inför olika gruppers kulturarv

Detta kräver ett synsätt från myndigheternas sida som kan liknas vid Public Service-tänkandet, även det smala och obehagliga ska få sin programtid.

I Forsknings- och Utvecklingsprogrammet för kulturmiljöområdet 2001–2005 har Riksantikvarieämbetet bl. a. valt att framhålla kulturarvets immateriella och sociala dimensioner. Kulturarvet skall inte bara levandegöras och vårdas utan även nyttjas, brukas och integreras i samhällsutvecklingen. I framtidsvisionen från samma program beskrivs ett samhälle där medborgarna tar aktivt del i kulturarvet samt ansvarar för dess fortbestånd. (s.85)

Ur RAÄS pågående omvärldsanalys citerar jag: ”För att kulturarvsfrågorna skall kunna få en framskjuten position i samhället krävs att verksamheten som bedrivs berör medborgarna och berikar deras liv. Ett brett och djupt ansvarstagande för kulturarvet är långt mer effektivt än vad någon lag kan åstadkomma”.

De frivilliga insatser som beskrivs i utredningar och handlingsplaner är ofta de myndighetsinitierade, i stället för att utgå ifrån de insatser och val som redan görs av medborgarna. Men man kan ana potentialen genom följande beskrivning i ”Tjugo års kulturpolitik ”: ” Den enskilda människans intresse för den egna bygden leder ofta till aktivt engagemang och ansvarstagande i hembygdsföreningar, arbetslivsmuseer och ”gräv där du står-verksamhet av skilda slag. Möjligheten till möte mellan människor i skilda åldrar och grupptillhörigheter är många i lokala upprustningsprojekt, byggnadsvårdsläger, runstensfadderverksamhet, arbetslivsmuseer, dokumentation av arbetsliv, språk, vanor, traditioner etc. Detta är ofta basen i glesbygdskulturen och kan också ses som kreativa möjligheter i arbetet i storstädernas problemområden samt i de bygder som drabbas av strukturomvandlingar av olika slag”

Här verkar det handla om, uppifrån initierade, gräsrotprojekt som genomförs i områden med problem. Kulturarv som medicin, något man tar till när allt annat redan har lagt ner eller flyttat.

EUs intresse för social ekonomi och den s. k. tredje sektorn följer i samma spår som kommunförbundets och regeringens tal om det goda samhället. Naturligtvis ser man inte social ekonomi som ersättare för det som samhället inte förmår med skattemedel, utan som ett komplement och ett berikande av staten, landstingets och kommunens åtagande samt av den traditionella ekonomin.

Den officiella hållningen vacklar mellan central styrning och brukaransvar. Från medborgarnas sida kan samma tudelning skönjas. "Någon" borde komma och K-märka det här huset!

Med andra ord så saknas det inte vilja till medborgardialog, samarbete med frivilligorganisationer, demokratiseringsprocesser, kulturarv som resurs o. s. v. Frågan är: hur gör man? Man kan börja med att lära sig mer om det som redan pågår.

Från Riksantikvarieämbetets sida ville man veta mer om hela det spektrum av intressen som utgår från kulturarvet. I vilken omfattning sker detta bruk, vilka yttringar och vilka villkor gäller för de människor som lägger så mycket tid på sina intressen? Den sammanlagda omfattningen av dessa kulturarvsbruk är betydande och utgör i praktiken närmast en massrörelse. Att den inte fått större uppmärksamhet hos de instanser som är satta att bevara kulturarvet, hänger troligtvis samman med att verksamheterna ofta utförs lokalt och i individuell regi, utanför de stora institutionerna och nätverken.

Kulturarv kan bevaras på lika många sätt som det finns människor. När ungdomarna flyttar och befolkningen åldras eller minskar, ser man sig omkring efter tillgångar som kan locka boende och besökare. Här finns en sjö som kan bli en fin fiskeplats, där finns en skidbacke om man kan bygga en lift och i byn ligger en hyttruin som man kanske kunde göra något av. Kulturarvet utgör en resurs bland andra, en slumrande möjlighet till nya verksamheter. Det gäller att ha ögon för dem. För en del kanske hyttruinen fortfarande representerar det gamla fattigsamhället, andra minns sina föräldrars yrkesstolthet och ytterligare någon ser ruinen som början till en samlingshall, ett museum, ett restaureringsprojekt. Därifrån går man vidare och prövar möjligheterna med det förfallna valsverket, smedjan och bakstugan. Kanske skulle man kunna ha öppet sommartid? Baka tunnbröd? Hela byn kan komma att engagera sig i återbruket av de gamla byggnaderna och den kunskap som dessa representerar. För en annan bybo framstår de övergivna husen som utmärkta för en teateruppsättning eller ett konstprojekt som kräver stora och billiga lokaler under en lång tid. Kulturarvet, både kåkar och innehåll, blir en källa till idéer. I det långsiktigt hållbara samhället återanvänds de fysiska kulturarven och kulturarvsmyndigheterna står för den nödvändiga fördröjningen som gör detta möjligt. Även om man inte kommer på något bra innehåll till bagarstugan idag, kanske man gör det om tio år. Även här fungerar det att tänka i Public Service-termer, det gäller för myndigheten att tillgodose behoven hos alla grupper, inte bara de största eller rikaste.

Själ och kropp

Vad händer när ingen längre kan förklara hur ett parti vira går till? Vilka värden har då gått förlorade? (våldigt stora enligt de ca. 200 viraspelare som finns kvar idag). Det finns föreningar som sysslar med att bevara kunskapen om detta immateriella kulturarv. Konstigt nog finns det materiella svar på hur vi kan hjälpa dem att göra det, samma svar som till dem som renoverar gamla motorcyklar eller väver tyger med vikingatida förebilder: billiga lokaler. I ett nationellt perspektiv vimlar det av dem med det är inte alltid man kan åka två timmar inåt landet för ett parti vira. Billiga lokaler behövs där människor bor. Höga marknadshyror, tilltagande tryck på städerna och deras utkanter sköljer bort de lokaler som rollspelare, folkdansare, båtbyggare och alla andra är i sådant behov av.

Kulturarv är inte samma sak som en plats. Samlar man på gamla bilar från Amerika så är platsen mer en fråga om förvaring. Anknytningen till historien får man genom tingen och tekniken. Det finns en oerhörd laddning för tågälskare i att få pyssla med ett av Sveriges första ånglok, lyssna på ljudet när det tar sig upp för en särskilt brant backe och att få, klädda i tidsenliga uniformer, visa upp sina klenoder under sommarens turisttrafik.

Att leva sig in i forna tider är en växande rörelse. Det finns många varianter av hur man skapar skådespel eller äventyrshelger med historiskt korrekt rekvisita. Insikten som nås, när man går i kopian av en annan människas skor, kan ge ett vidare

perspektiv även på dagens tillvaro. Kanske kan det bli lättare att leva sig in i andra människors verklighet, människor som har helt andra förutsättningar än tjugohundratalets svenskar. Således finns det utrymme även i trakter där man säger sig inte ha något kulturarv att visa upp, det behöver inte vara bundet till en speciell lämning, det hänger ihop med vad man intresserar sig för. Det lär vara så att rollspelarna i Sollefteå såg bristen på spelbar natur som ett av de största problemen. Det är inte lätt att skapa medeltid under högsänningsledningarna.

Vid en genomgång av några kommuners föreningslistor framgår att intresset för historia på ett eller annat vis samlar många gånger fler människor än idrottsföreningar och framför allt miljö- och naturföreningar. Går man enbart på medlemstal verkar huvudparten av den vuxna befolkningen bestå av aktiva kulturarvsbrukare, så är det nog inte. Det är lätt att sympatisera med hembygdsföreningen i byn. Det kostar inte mycket att vara medlem. I varje förening verkar det finnas en kärntrupp om tio till fyrtio aktiva medlemmar. Därutöver finns alla de som vårdar sin bit av kulturarvet utan att ingå i en organiserad verksamhet. Man har ärvt, adopterat, annekterat eller tjatat sig till att få vårda värden för framtiden.

Vad vill kulturarvets brukare? Det var en av frågorna jag först fick. Vilka är de och vad kan politiker och myndigheter göra för att stödja deras insatser för kulturarvet? Viljan och ambitionen finns bevisligen, men metoderna är inte ännu utarbetade.

Kulturarvets brukare vill ha respekt för sitt arbete. De vill ha uppmärksamhet, uppskattning och uppmuntran, men drivkraften är lusten, glädjen och tillfredsställelsen med den egna insatsen, parat med det samhälleliga ansvaret för historien, bakåt och framåt i tiden. Inom detta ryms också drömmar, inlevelse och lek. Hur vårdar man detta ömtåliga men ändå sega engagemang? Det krävs enkla regler för den sociala ekonomin/tredje sektorn, billiga lokaler var de än må vara (även storstäder), inflytande i samhällsförvaltningen, samtidigt som man inte kan förvänta sig att engagemanget är konstant.

Krav och förväntningar på engagemang från till exempel en kommersiell besöksnäring kan få motsatt effekt. Det går inte att manipulera själen i verksamheten. Insikten om engagemangets drivkrafter kan göra samarbetet mellan professionella och ideella kulturarvsvårdare starkt och med stor genomslagskraft. Strukturerna krockar och när representanter för Historiska Museet misströstar om samarbetet med Sveroc, rollspelarnas centralorganisation, trots många positiva möten med dess styrelse, så visar det strukturproblemet i ett nötskal. Centrala myndigheter med hierarkisk uppbyggnad, talar med folkrörelser där basen utgör själva rörelsen och representanter för styrelsen endast är... representanter för styrelse. Fel nivå, helt igenom. Hur kan man finna metoder och strukturer som passar in i varandra, så att det går att samköra hela denna imponerande vilja till historiebruk, kulturarvslust och tillvaratagande av "resurser för regional utveckling"?

Besluten om av vad som är bevaransvärt, vad som inte är det och hur det ska ske, utgår väldigt sällan från ett lokalt perspektiv. Kanske kan kulturarvsbrukarna visa vad som är viktigt, hur det kan göras och vad man vill prioritera? Insikten om att brukarna är med och formar, skapar kulturarvet sprider sig genom en ny syn på historia och kulturarv. Det innebär att myndigheter som till exempel Riksantikvarieämbetet måste släppa lite av kontrollen av vad som ingår i urvalet och hur kulturarvet brukas och vårdas.

Vad händer om brukare och myndigheter delar både på makten, tolkningsföreträdet och ansvaret för den resurs som kallas vårt gemensamma kulturarv?

Ekonomiska och sociala förändringsmönster i kulturmiljöer – rapport från en fallstudie

Martin Paju

CERUM

Under hösten 2001 genomförde CERUM på uppdrag av Riksantikvarieämbetet en förstudie med syfte att identifiera och klarlägga den samlade nationella kunskapen och forskningsresultaten på temat *”Kulturarvet som resurs för regional utveckling”*. Detta resulterade i en forskningsöversikt (Weissglas m. fl. 2001) gällande kulturarvets ekonomiska och sociala betydelse för regional utveckling och tillväxt. Vidare formulerades ett program för kommande forskningsinsatser med utgångspunkt från en analys av forskningsöversikten. Ett förslag till program för vidare forskningsinsatser formulerades.

Under arbetet med forskningsöversikten har CERUM även genomfört en intervjuundersökning riktad till Sveriges länsantikvarier med syfte att identifiera de förekommande argument som länsantikvarierna använder för att förankra kulturarvsvärden i olika tillväxtstrategiska dokument, t. ex. regionala tillväxtavtal (RTA) och strukturfondernas samlade programdokument (SPD). Kulturarvsföreträdare har mer eller mindre svårt att få tillträde till dessa sammanhang och övriga nätverksstrukturer där rumslig tillväxt ges strategisk hantering.

Erfarenheterna från CERUM:s undersökning påvisar att traditionellt kulturarvsbevarande argument ger svag utdelning när det gäller förtroendet för kulturarvets tillväxtgenererande förmåga. Näringslivs- och ekonomirelaterade argument genererar däremot större möjligheter för kulturmiljöföreträdarna att integrera kulturarvsvärden i strategiska utvecklingssammanhang. Kulturarvets värden bör kunna jämföras med andra samhällsekonomiska värden när bedömningar görs av hur samhällets resurser ska fördelas mellan olika verksamheter. I denna typ av beräkningar bör adekvata metoder för samhällsekonomisk värdering av kulturarvsobjekt finnas tillgängliga. En systematisk analys av sambandet mellan kulturarv, regional utveckling och tillväxt kräver en förstärkt och fördjupad kunskap om de ekonomiska och strukturella relationer kulturarvsfrågorna omges av.

Undersökningar visar på att kulturarvssektorn lider brist på argument och verifierad empiri som styrker postulatet att kulturarvsbetingade företeelser utgör ett incitament för social och ekonomisk tillväxt. Postulatet implicerar att forskning på sambandet mellan kulturarvsvärden och socioekonomisk förändring skulle kunna synliggöra vinster ur ekonomiska och sociala perspektiv.

RAÄ har i olika sammanhang framhållit att det för närvarande finns stora brister beträffande analyser, metoder och rutiner rörande om och hur kulturarvet är – eller kan bli – en resurs för regional och/eller lokal utveckling. Det gäller oavsett om utvecklingen värderas i materiella eller immateriella termer.

Mot bakgrund av detta ser kulturarvssektorn en möjlighet att via en kulturekonomisk analys öka intresset för investeringar i bevarande av kulturmiljöer. Särskilt gäller det att stimulera den kommunala planeringen och infrastrukturplaneringen till ett ökat fokus på, samt hänsyn till, kulturarvsvärden. Mer specifikt har den tidigare förstudien pekat på behovet att utveckla forskning om kulturarvsobjekten och deras samhällsekonomiska värden i termer av intäkter och kostnader.

För begreppet kulturarv har vi i detta projekt valt den operationella definition som tidigare användes i förstudien *”Kulturarvet som resurs för regional utveckling”* och som först formulerades av professor Gösta Weissglas;

Fysiska lämningar i miljön av människans aktivitet över tiden i form av bebyggelse, anläggningar, kulturlandskap etc. samt till objekten knutna traditioner, bruk och attityder.

Följande frågeställningar har ställts som stöd i redovisningen av denna objektsorienterade samhällsekonomiska analys där kulturarvets samverkan med regionens övriga värden redovisas:

- ✗ Vad har bevarandet och ett ökat brukande av kulturarvsobjekt/en eller kulturmiljö skapat för effekter för brukarna t. ex. boende, besökare, näringsidkare m. fl?
- ✗ Har omfattningen och formerna för bevarande, finansiering och förvaltning ändrats i och med brukandet?
- ✗ Finns det samband eller mönster mellan bevarande – ökat brukande – ändrade finansieringsformer – ändrad förvaltning – ökade regionalekonomiska effekter?
- ✗ Vad har bevarande av och investeringar i kulturarv för betydelse ur ett tillväxtperspektiv?
- ✗ Hur har miljön värderats över tiden ur aspekter som fastighetsvärde, hyressättning, taxeringsvärde, segregeringseffekter, profilskapande effekter, imagevärde reklamvärde, status?
- ✗ Vilken attityd har de boende respektive samhällets övriga invånare till miljön ifråga?
- ✗ Hur kan dessa variabler kvantifieras?

Studien är inte först och främst inriktad på att besvara dessa frågeställningar utan på att finna kvalitativa och kvantitativa samband mellan socioekonomisk tillväxt i rummet och förekomsten av kulturarvsvärden. Studien har även skapat möjligheten att visa på metoder kulturmiljösektorn kan använda för att värdera effekter av bevarande, utvecklande och brukande av kulturmiljöer. Redovisningen har som mål att utveckla hypoteser och teoribildning inför kommande forskningsperioder.

Studiens objektsmiljöer har bestämts utifrån följande klassificering:

1. Ett isolerat objekt. Karaktäriseras av låg tillgänglighet och låg grad av etableringsaktivitet. Ex: Torvsjö kvarnar.
2. Ett enskilt objekt med goda klustringsmöjligheter. Karaktäriseras av låg tillgänglighet och låg grad av etableringsaktivitet men ingår som en del av ett sammanhang d. v. s. objektet är lokaliserat i närheten av andra attraktiva/ekonomiskt bärkraftiga verksamheter. Ex: Vallonbruken i Uppland.
3. En bevarad stadsmiljö. Kulturobjekt eller kulturmiljö mitt i eller i närheten av stadsbebyggelse. Ex: Sundsvalls Stenstad, Östanbäcken/Härnösand, Fiskars-tan/Hudiksvall.
4. Ett monumentalt objekt i stadsmiljö. En byggnad eller annan infrastruktur med starkt signalvärde. Ex: Rådhus, LO-borgen.
5. Ett sammanhängande kulturlandskap. Ex: Älvlandskapet, Höga kusten.

I denna studie har vi valt att begränsa oss till klasserna 1 och 2.

Resultatet baseras på studier av kulturmiljöer i Västerbottens län och Uppsala län. En avgörande urvalsfaktor för regionvalet var att kunna jämföra vilken betydelse stödet från strukturfonderna har.

- ✗ Österbybruk/ Dannemora. (Vallonbruken i Uppland)
- ✗ Torvsjö kvarnar (Sevärt i Västerbotten)
- ✗ Strömsbergs bruk (Vallonbruken i Uppland)
- ✗ Ullfors bruk. (Vallonbruken i Uppland)

Studien har fokuserat på 4 olika grupper av informanter.

- ✗ Projektmedarbetare, personer som med anställning eller ideellt arbete är centrala resurser i utvecklingsarbetet.
- ✗ Näringsliv, kommunalt näringslivsbolag, företagareförening, enskilda företagare.
- ✗ Föreningsliv, enskilda föreningar, studieförbund
- ✗ Offentlig förvaltning, kommunledning, tjänstemän, AF/LAN

Det mest utmärkande draget i undersökningsmaterialet är kopplingen mellan historiska kontexter och attraktivitet. Aktörer som relaterar sin verksamhet till en kulturmiljö och dess attraktivitet kan delas in i ett antal huvudgrupper: När- och fjärrturism,

fritids- och permanent boende, ägandeförhållanden, näringsliv, föreningslivet samt utbildningssektorn.

Generellt visar vår studie att historiska miljöer och sammanhang utgör en resurs för andra verksamheter, men det sociala och ekonomiska engagemanget i våra kulturmiljöer även skapar och förstärker negativa processer.

Kulturmiljövården som arena för individuella behov

En senare kulturarvsdebatt har skapat ett vedertaget faktum att det existerar en koppling mellan bevarandesatsningar, vår demokratiska rätt till kulturarvet samt graden av tillgänglighet. Gradens av tillgänglighet framställs ofta som beroende av ekonomiska resurser för marknadsföring och mottagningskapacitet. Detta förhållande bör nyanseras av flera skäl. I vår undersökning finns ett antal exempel på hur framgångarna är beroende av aktiva privatpersoner. Dessa privatpersoners närvaro skapar en beroendesituation för objektets framgång som bevarad miljö och som turistattraktion. I vår studie visar sig detta förhållande i ett val av en huvudperson som aktör för ett objekts vård, utveckling och överlevnad. Både som bevarat objekt och som utvecklat besöksmål. Torvsjö kvarnar i Åsele kommun som under 70–80-talen åtnjöt uppåt 17 000 registrerade besök/år, kan nämnas som ett exempel.

Torvsjö kvarnar utvecklades under 1970-talet till en ekonomiskt bärkraftig verksamhet och skapade arbetstillfällen inom hotell, dagligvaruhandel.

Efter huvudaktörens hastiga frånfalle 1992 samt efter att en ny vägdragnings mellan Åsele och Vilhelmina verkställdes har besöksiffrorna varit stadigt vikande. Bevarandeargumentet och anläggningens funktion som symbol för Åselebygdens identitet biter sig kvar som en enande faktor för många intressenter. De nya aktörerna lider av osäkerhet när det gäller graden av kommersialisering av anläggningen. Många ekonomiska verksamheter runt om Torvsjö kvarnar känner idag frustration över att bygdens turistiska guldhöna har slutat värpa.

I Uppland finns liknande tendenser där utvecklingsarbetet har lämnats över till personer i pensionsåldern, vilket måste betraktas som ett risktagande. I en vallonbruksmiljö med stora möjligheter i ett kortare tidsperspektiv har fler och yngre aktörer engagerat sig i olika utvecklingsprojekt av olika ekonomisk och social karaktär.

Utvecklingsarbetet hämmas ofta av en diskussion där bevarandeargumentet ställs mot en ökad ekonomisk verksamhet. Ett tydligt mönster är den åldersberoende attitydbildningen. Den äldre generationen med egna upplevda erfarenheter från en tid då objektet hade funktionen som producerande enhet hamnar ofta i motsats till de yngre, ofta inflyttade, personer med en alternativ syn på objektets funktion som attraktor för olika ekonomiska samhällsintressen där besöksnäringen är en högt prioriterad grupp. Ett exempel på detta är den försäljning av industrifastigheter i flera av studiens uppländska bruksmiljöer.

Studien bekräftar dessa motsättningar med flera exempel på hur olika intressen och grupperingar drar åt olika håll i sin syn på utveckling och stimulansåtgärder. Några aktiva personer driver en utvecklingslinje som betonar det sociala engagemanget medan andra driver ekonomisk aktivitet som utvecklingsmetod.

Ett flertal respondenter i undersökningen anser det vara viktigt med en långsiktig kunskapsuppbyggnad i samverkan med medborgarna för att uppnå ett brett intresse och förståelse för lokal kulturmiljövård. Friktionen mellan bevarandeperspektiven och ökande ekonomiska krav och förväntningar utgör dock ofta ett hinder för deltagandet i utvecklingsarbetet. Flertalet uttrycker ofta likartade utvecklingsmål för regionen men för den specifika kulturmiljön skiljer sig åsikterna diametralt åt. Speciellt när det gäller vilka verktyg och resurser som ska användas för att uppfylla målen. Här har aktörerna ofta delat sig mellan ekonomiska och sociala mål. Ett mönster som även präglar gruppernas uppfattning om varandras verksamheter.

Studieresultatet visar att vidare forskning även kan koncentreras på genusperspektiv inom kulturmiljövården och resonemang kring lokal utveckling. I vår undersökning anses manliga personer ha högre motivation till att bosätta sig i kulturmiljöer

med industrihistoriskt innehåll. Resonemanget bygger även på tillgängligheten till naturupplevelser där jakt- och fiskemöjligheter utgör starka inflyttningsargument. Även miljöer med starka hantverkstraditioner med inriktning mot skapande i hårda material lockar fler män än kvinnor. Kvinnor anses kunna finna fördelar med ett boende i kulturhistoriska profilerade miljöer med naturtillgångar. Exempel i studien är Torvsjö kvarnar samt Ullfors bruk. Beslutet att bosätta sig i en perifer miljö med en begränsad kommunal service bör, enligt informanter vara förankrat i ekonomiska överväganden samt en planering för barn- och ungdomars situation. Undersökningen har även identifierat företeelser med personer som flyttat till kulturmiljöer men som ångrat sig efter en tid. I dessa fall uppges inflyttningsbeslutet ofta varit byggt på romantiska bilder av kulturhistorien och inte tagit hänsyn till miljöns verkliga sociala och ekonomiska förhållanden¹.

När- och fjärrturism

Turistindustrin är en av världens snabbast växande näringar och på senare år sker en märkbar värdeförskjutning av inriktningen mot resandet. Resandet har utvecklats till att bli en livsstil och allt mer efterfrågas genuina upplevelser och kunskaper om platsen, dess natur och dess kulturhistoria. Natur- och kulturturism som nationalekonomiskt begrepp tar allt större plats i debatter om regional tillväxt. Förtroendet för investeringar i kulturmiljöer med utgångspunkt från platsens egenart, ökar och förväntningarna på sevärdheter som utvecklas till attraktiva besöksmål är höga.

I sökandet efter strategier för att vända negativa tillväxtnummer pekar de flesta av undersökningens respondenter på lokala aktörer inom besöksnäringen. Marknadsföringen av de länsövergripande samordningsprojekten, *Vallonbruk i Uppland* och *Sevärt i Västerbotten*, har följdriktigt koncentrerats på denna näring. Marknadsföringsarbetet har givit resultat i ökande antal besökare, men besöken till kulturmiljöerna genererar inte automatiskt en ökad efterfrågan och produktion av varor och tjänster i samma utsträckning. Det finns således en stark förhoppning om att kulturhistoriska sammanhang ska via en växande besöksnäring stimulera lokal tillväxt. Undersökningen visar att denna förhoppning ofta bygger på att besökare har ett besöksmål i fokus, har för avsikt att övernatta och är relativt köpstarka.

Undersökningen visar på att besökets villkor ofta styrs av en aktör som har begränsad kontakt med de individuella besöksobjekten. Förhållandet kan således ha sin grund i att besökare till kulturhistoriska miljöer ofta är beroende av s.k. incoming-företag som skapat en upplevelseresa där ett flertal besöksmål ingår. Besök till kulturhistoriska platser sker ofta i form av gruppresa, vilket skapar begränsningar för ett lokalt näringsliv att locka till individanpassad konsumtion.

Fortsatta forskningsinsatser bör inriktas på att i fallstudier identifiera negativa och positiva erfarenheter av hur lokalsamhället reagerar vid exponeringen av en kulturmiljö. En intressant fråga är i vilka samhällsstrukturer som begreppen utveckling och tillväxt definieras samt hur dessa definitioner påverkar kulturmiljövårdens utvecklingsmöjligheter. Möjliga kvantitativa samband inom besöksnäringen handlar naturligt om besöksfrekvenser. Besöksstatistiken bör dock problematiseras med inriktning på kulturmiljövårdens behov. Besöket ser annorlunda ut när olika typer av besöksmål sätts i jämförelse med varandra. En intressant fråga är hur besökaren av en kulturmiljö tänker och betar sig. Är betalningsviljan högre eller lägre i jämförelse med andra upplevelseevenemang med inriktning på till exempel idrott eller musik? Finns det möjligheter att utveckla en kulturmiljös interaktiva utbildningspotential? Hur låter sig negativa och positiva exempel beskrivas?

¹ Informant i Strömsberg.

Fritids- och permanent boende

Det finns ett växande intresse för bostäder i historiska miljöer. I studien markeras detta av en ökande efterfrågan från personer i Uppsala- och Stockholmsområdet. Mycket beroende på miljön. Både för boende och näringsverksamhet. Många kulturellerade yrkeskategorier som dras hit. Dessa genererar inte några större intäkter till samhället mer än att de drar hit en del turister. Det är svårt att få lönsamhet på deras verksamheter.

De relativt ensligt belägna kulturmiljöerna har en tendens att uppfattas som museala och "döda". Flertalet av informanterna betonar vikten av på platsen permanent boende som ett grundläggande villkor för kulturmiljöns fortsatta utveckling och överlevnad. "Då (80-tal) var det ett levande jordbruk som Bernard W drev. Man kände liksom att det var en levande by, men detta finns inte kvar längre. Rök i varje skorsten det är en viktig del av det öppna samhälle som Norrland ändå har, med gästfrihet och kaffet på bordet. Det är ett säljande koncept" (informant i Åsele).

I Torvsjö är detta nästan ett akut problem medan bruken i Uppland har en inflyttningspotential mest beroende av satsningar på fysiska kommunikationer (närheten till en ny E4-sträckning, bussförbindelser mellan Uppsala och Österbybruk).

I Strömsberg och Dannemora sker det sedan några år en intressant utveckling med inflyttning av kategorier som ofta framställs som gynnande av en lokal utveckling och ekonomisk tillväxt. Dessa personer har aktivt sökt en miljö som erbjuder inspiration för sitt konstnärliga arbete men även en miljö där kontakter kan skapas och inte skapar isolering för den övriga delen av familjen.

Statistik som CERUM tagit fram illustrerar demografiska förhållanden i geografiska områden - där Ullfors och Strömsberg ingår. Statistiken visar på förändringar avseende förvärvsarbete, inkomst samt nattbefolkning. Förvärvsinkomsterna i Strömsberg och Ullfors har stigit i samma utsträckning som i hela Tierps kommun och i Uppsala län. Statistiken visar även att antalet förvärvsarbetande mellan 16–64 år minskar medan den högre genomsnittliga förvärvsinkomsten och förvärvsintensiteten i Strömsberg ökar.²

Kommunledningen i Tierp håller alla aspekter av denna utveckling som positiva, bland annat så välkomnas krav på ökad kommunal service. Samtliga kommuner upplever ett ökat inflöde av personer till kommunen under sommarsäsongen. I Östhammar ökar kustboendet från 1500 personer till över 10 000. Skärgården domineras av ett fritidsboende vilket skapar ett motstånd mot ett ökat fritidsboende hos kommunledningen. Här finns även tendenser till att fritidsboendet övergår till permanent boende.

Forskningen bör analysera effekterna av att vissa kulturmiljöer endast utnyttjas vissa delar året. Frågeställningar som vi vill väcka i detta sammanhang är till exempel med hur stor procent som befolkningen ökar respektive minskar vid olika tider på året. På vilka sätt skulle liknande upplevelser kunna erbjudas vid andra tider på året, för att öka kulturmiljöns förmåga att attrahera vinstdrivande verksamheter?

Ägarförhållanden

Ägandeformerna i undersökningens material är stiftelseformen. En majoritet anger stiftelseformen vara den mest gynnsamma för att ingen part ska axla huvudansvaret för anläggningens tillgångar. Inga intressen ska kunna dominera vid olika utvecklingsbeslut samt för att stiftelseformen är den optimala ägarstruktur för att kunna lyfta statliga bidrag till bevarandearbetet.

I varje miljö finns det markägarintressen som får olika genomslag på utvecklingsmöjligheterna. Generellt är markägare inte särskilt intresserade av att sälja av sina tillgångar för att stimulera till inflyttning när fastighetspriserna fortfarande är låga och man riskerar att lämnas utanför en stark gemenskap kring älgjakt och andra årliga

2 Avser statistik från SCB för perioden 1998–1999.

sociala händelser. En aspekt är att ingen bland informantgruppen offentlig sektor betonade problemet med trög fastighetsmarknad i relation till ambitionen att stimulera till en ökad inflyttning eller utvecklingsprojekt. ”Markägarna var det stora bekymret. Det tog så lång tid innan man fick den sista markbiten i Torvsjö för att skapa skogsmuseet. Det blev en alltför lång process som tog tid och energi”.³

I Dannemora är kommunen den dominerande markägaren och det kommunala fastighetsbolaget har ekonomiska framgångar som fått direkt positiva effekter på bevarande och tillgänglighet. Studien har inte kunnat identifiera någon debatt eller friktion med avseende på förhållandena. Dannemora skiljer sig åt från de övriga eftersom fastigheterna var vid övertagandet 1992 i relativt dåligt skick och industrilokaler är den dominerande byggnadstypen. Till Dannemora söker sig alltfler personer aktivt för ett fastighetsägande främst inriktat på ett fritidsboende. Ett köp som ofta innebär omfattande renoveringsinsatser som utförs inom ramen för områdets kulturhistoriska värden och bevarandeplan. Kommunledningen ser positivt på en ökad spridning av ägandet som anses skapa förutsättningar för områdets utveckling.

Näringsliv

Näringslivets bruk och attityder till kulturmiljöerna handlar av naturliga skäl om brukets ekonomiska värde. En enskild företagare ser sig om efter en möjlighet till vinstgenerering. Studien visar på ett antal spår som kan utgöra grund för vidare forskning.

Representanter för företagareföreningar har generellt svårt att förhålla sig till frågor som rör kulturmiljön som ekonomisk resurs. Det är lättare att svara i termer av profilvärde, varumärke och kommunens/regionens attraktionskraft. Kulturmiljön stimulerar till ett lokalt boende och blir därmed en indirekt resurs för det lokala näringslivet. Näringslivsrepresentanterna har, med ett fåtal undantag, inget regelbundet företagsekonomiskt utbyte med något kulturmiljöobjekt. Indirekta ekonomiska effekter handlar till största delen om hur verksamheten använder kulturmiljön som argument för ett kundbesök eller för en konferens på platsen. Negativa erfarenheter som kan nämnas är hinder att exponera företagets produkter samt direkta kostnader p. g. a. kulturminnesmärkning. Positiva erfarenheter har de företag som har en inriktning mot turism.

Norra Uppland är drabbat av en omfattande strukturuomvandling från industribygd till småföretagande och en växande offentlig sektor. Intervjumaterialet visar på en uppfattning att exponeringen av vallonbruken i Uppland som kulturmiljöobjekt är en direkt följd av industrinedläggningen. En kommuntjänsteman har arbetat i flera år med skapandet av en gemensam marknadsföringsorganisation. Tidigare har brukens exponering hanterats av kommunens turistavdelning som främst varit inriktad på kustturismen och därmed gynnat det lokala näringslivet på kustnära orter.

De nya möjligheterna inom besöksnäringen i Östhammar/Dannemora kan möjligen även orsaka oro hos aktörer inom besöksnäringen som har dominans och kapital uppbundet till kustturistiska anläggningar och aktiviteter. En hypotes är att dessa aktörer kan uppleva andra områden som hot mot sin näring.

Studien visar på att som upprustningsprojekt så genererar en kulturmiljö efterfrågan på varor och tjänster men som besöksmål så sjunker efterfrågan hos det lokala näringslivet som inte har direkt koppling till besöksnäringen. Det vill säga företag som inte arbetar med kost, logi, drivmedel och guideverksamhet. Intervjuerna pekar följdriktigt på ett relativt ointresse och en låg betalningsvilja för satsningar kopplade till kulturmiljöobjekt hos det lokala näringslivet.

Entreprenörer som Dannemora Fastighetsbolag engagerade under de stora renoveringsinsatserna finns kvar än idag vilket man får räkna som en samhällsekonomisk vinst. Även material till renoveringarna har inköpts från lokala leverantörer.

Sammanfattningsvis pekar studien på att det lokala näringslivet har en ansträngd relation till kulturmiljötillgångar vilket har sin bakgrund i svårigheterna att kvantitativt kunna värdera kulturmiljöns avtryck i den egna ekonomin. Denna uppfattning

³ Informant i Åsele.

stöds delvis av andra informanter, främst i gruppen föreningsliv och projektmedarbetare, som ser risker och hinder inför ett framtidsscenario där ansvaret för drift och löpande underhåll övertas av kommersiella krafter. Lokala näringsidkare betonar att bevarandeåtgärder måste finansieras av offentliga medel och hävdar samtidigt att bevarandefinansieringen ofta är så omfattande att ingen vinstdrivande verksamhet klarar av detta. Däremot anses förvaltning och drift av en kulturmiljöanläggning kunna läggas på en företagare. På detta område behövs ytterligare forskning för att identifiera relevanta kvantifieringsmetoder.

Föreningslivet

Föreningslivets betydelse för den regionala utvecklingen framförs i många sammanhang som stor. Lokalt driver såväl föreningsliv som engagerade privatpersoner utvecklingsdiskussioner med målsättningen att förtydliga på vilket sätt bevarade kulturhus, industriminnen, monument, etc. ska integreras i den lokala och regionala samhällsutvecklingen.

Engagemanget i den lokala kulturminnesvården har sin grund i den demokratiseringsutveckling som Sverige har fått erfara sedan 1970-talet samt i den ökade kunskap och debatt som betonar sambandet mellan kulturellt och demokratiskt deltagande. Lokal utveckling är en process som sker på många håll och som i undersökningen anges utgöra idéer som ”finns i luften” och präglar samhällsdebatten. Ett sätt att skapa en slags kommunal närdemokrati.⁴

En respondent framhåller brister i den kommunala närdemokratin och refererar till kommunsammanslagningen 1974 som inte anses ökat befolkningens närhet till den politiska makten. Samhällsklimatet präglas idag snarare av ett sviktande förtroende för politiken som styrmedel, medan det idéburna föreningsengagemanget snarare har ökat. Detta styrks av ungdomars ökade engagemang i debatt av typen globalekonomisk, ekologisk och kulturell rättvisa, djurskyddsfrågor eller grundläggande existentiella frågor. Ofta med stöd ifrån historiska sammanhang, där mytologiska berättelser har stort utrymme⁵. Här har kulturvärden som tangerar vårt ursprung och det politiska deltagandet blivit parallella utvecklingsambitioner. Vid en ytlig betraktelse kan detta uppfattas som en positiv utveckling och det är komplicerat att identifiera negativa effekter. Kulturarvsbetingade verksamheter kan dock riskera hamna i sammanhang med en negativ identitetsbildning där deltagare ser ett utpekande av ”de andra” som en förutsättning för den egna gruppens och berättelsens existens⁶.

Att förväntningarna på föreningslivet ökar på mindre och utsatta orter för att skapa förutsättningar för överlevnad och tillväxt kan ses som en logisk utveckling. De lokalhistoriska värdena i vår fallstudie visar på ett traditionellt föreningsliv, där en majoritet anger kulturföreningarna som aktiva. Den del av föreningslivet med inriktning mot lokal utveckling betraktar de kulturhistoriska värdena som en självklar tillgång i sitt utvecklingsarbete. Exempel är till exempel den lokala utvecklingsgruppen i Österbybruk, Föreningarnas Hus i Österbybruk samt Dannemora gruvors intresseförening. Dessa verksamheter domineras av personer som inte har förankring i bygden.

I studiens material finns tendenser som visar på en lokal utveckling där äldre ortsbor ser nyinflyttade föreningsaktiva personer som språngbräda för förändringsarbetet. I ett fall har till exempel en person i egenskap av företagare, politiker och ideellt föreningsaktiv engagerat sig i lokala utvecklingsfrågor och blivit ombedd att initiera en omorganisation av den lokala Folkets Hus-verksamheten i Österbybruk. Äldre ortsbor har svårigheter att ta liknande initiativ på grund av den sk. bruksandan, speciellt om det handlar om en radikal förändring. Folkets Hus i Österbybruk har ett starkt symbolvärde för den tidigare dominerande arbetarrörelsen. Liknande utvecklingssträvanden inom föreningslivet integrerar ofta ekonomiska utvecklingsvariabler som flytt-

4 Föreningsordf. i Österbybruk.

5 Paju. Kulturmiljön och den regionala tillväxten s. 25

6 Paju. Kulturmiljön och den regionala tillväxten s. 37

ningsmönster, förutsättningar för ett expanderande näringsliv med stärkandet av lokal och regional identitet kopplat till en god livsmiljö.

Vår studie visar dessutom på att kulturmiljö tillgångarna ofta görs till arena för politiska yttringar eftersom dåtidens klassamhälle ofta blir tydliggjort i äldre kulturmiljöer. För Torvsjö by har dessa yttringar kommit i form av anläggandet av en museiverksamhet med inriktning på skogs- och flottningshistoria. Museiambitionerna skapades av representanter för arbetarrörelsen och Åsele kommun. Museiverksamheten har i viss mån hamnat i konflikt med kvarnanläggningen pga. besöksnäringens fokus på kvarnarna⁷. En viss samordning har dock under senare tid etablerats. Det uppfattas angeläget att samarbetet mellan olika aktörer förstärks så utvecklingsambitionerna baseras på en sammanhållen utvecklingslinje.⁸

Det genomförs regelbundet omfattande statistikbearbetning av föreningslivet, inriktning samt medlemskårens sammansättning. Fortsatta forskningssatsningar på temat bör inriktas på att identifiera ekonomiska samband mellan kulturmiljövärden och föreningsaktivitet. I detta sammanhang borde även lokala kultur- och fritidsvaneundersökningar kunna bidra med värdefull information.

Utbildningsaktörer

I studien har informanterna ombetts att definiera vilka samhällsintressen som i framtiden beräknas få fäste i anslutning till den lokala kulturmiljön. En avgörande majoritet som svarar på frågan berör olika former av bildningsverksamhet.

Grundskolans historie- och hembygdsundervisning antas kunna ta avstamp i den lokala kulturhistorien. Till detta finns ett antal argument. Barn och ungdomar bör inte få lämna skolan historielösa. Historielöshet uppfattas allmänt som ett svek mot yngre generationer och ett överlämnande till mer ytliga och materialiserade värdegrunder. Barn och ungdomar som har en stark identitet med förankring i den egna hembygdshistorien antas bli aktivare både med avseende på kulturkonsumtion och demokratiskt deltagande. En stark lokal identitet uppfattas även vara en garant för att individer flyttar tillbaka till hemkommunen när utbildningssatsningar är avklarade och familjebildning står för dörren.

Gymnasieskolan samt folkhögskolan med inriktning på besöksnäring d. v. s. guide, mat, kulturmiljövård anses bära på stora förutsättningar att verka i kulturmiljöerna. I ett fall var planerna långt gångna i anläggandet av ett lokalt utbildningscentrum. Projektet kunde dock inte genomföras p. g. a. att investeringskostnaderna i samband med iordningsställande av undervisningslokaler bedömdes alltför höga. Utbildningsledningen har valt andra lokaler som ligger utanför bruksområdet. Syftet med utbildningssatsningen i Österbybruk är att dels komma närmare det lokala näringslivet som behöver kompetenshöjning, dels höja den allmänna utbildningsnivån som är relativt låg i Österbybruk⁹. Dessa utvecklingsambitioner för Österbybruk har även genererat en efterfrågan på lokaler i området hos företag inom den Uppsalaanknutna biotechbranschen. Östhammars kommun ser mot bakgrund av detta potentialer i Österbybruks kulturmiljö och har tagit vissa initiativ mot dess ägare Bruno Liljefors-stiftelsen. Kommunen eftersträvar en lösning som gynnar ortens utvecklingsmöjligheter samt löser delar av stiftelsens finansiering genom att utveckla bruksområdets nyttjande. Kommunledningen hänvisar till en efterfrågan på lokaler från bl. a. BioTech-företag som idag finns etablerade i Uppsalaregionen.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan ett antal samband påvisas som inför framtida forskning kan vara framgångsrika för att bringa ytterligare klarhet i problemkomplexet "kulturmil-

7 Representant för bildningsförbund i Åsele.

8 Politiker i Åsele.

9 Kommunchef i Östhammar

jöer som möjlighet och hinder för regional utveckling".

Följande punkter sammanfattar svårigheterna i arbetet med att kvantitativt och kvalitativt definiera värden i kulturhistoriska miljöer.

- ✗ Konflikten mellan bevarandeprocesser och instrumentell syn.
- ✗ Begreppen tillväxt, utveckling och kulturarv är trubbiga och mångtydiga begrepp.
- ✗ Regionala skillnader skapar olika förutsättningar för kulturmiljövärden att ingå i strategiska tillväxtresonemang.
- ✗ Flera olika samhällsintressen med skilda värdegrunder har brukarambitioner som berör kulturmiljövärden.
- ✗ Kollektiva identiteter skapar nätverk av olika slag i kulturmiljön.
- ✗ Den antikvariska expertrollen förändras i och med att brukarna tar över.

Somliga samband är mer lämpliga som kvalitativa teman. Diskussionen om kollektiva identiteter är ett exempel. Vissa teman är mer oklara än andra och visat sig vara beroende av sociala och mentala strukturer som inte så lätt låter sig kvantifieras.

Boendet framställs ofta som en prioriterad aspekt av regionernas utveckling och äldre kulturmiljöer utgör tillgångar i den lokala bostadsplaneringen. Prioriteringen bygger ofta på ett hypotetiskt resonemang kring hur ett ökat boende skapar mervärden för bevarande och utveckling av kulturmiljövärden. Utvecklade forskningsprogram har potential att påvisa vilka effekter detta skapar i den lokala ekonomin.

Framtida studier bör fokuseras på vilka verksamheter som startas upp i en kulturmiljö i och med att nya grupper flyttar in i miljön. Tillväxteffekten beror på vilka grupper som flyttar in. En hypotes är att olika yrkeskategorier skiljer sig åt i sin attityd till bevarandearbetet och arbete med lokal utveckling. Detta kommunicerar även med studiens erfarenheter avseende hur strategisk kompetensuppbyggnad anpassad till moderna arbetsmarknadsbehov kan hindra möjligheterna för kulturmiljövärden att utvecklas. Hypotesen bygger på antagandet att det uppstår en brist på personer med intresse för hembygds- och kulturhistoria som kan kopplas till lokalt utvecklingsarbete när tidigare yrkeskunskaper knutna till den lokalt traditionella industristrukturen försvagas (ex.vis. järnförädling, jord- och skogsbruk).

Fortsatta forskningsinsatser bör även inriktas på att i fallstudier identifiera negativa och positiva erfarenheter av konflikten mellan bevarande och en medveten kommersialisering. Frågan om hur samhällsstrukturer som definierar begrepp som kulturarv, utveckling och tillväxt påverkar kulturmiljövårdens tillväxtskapande möjligheter är fundamental. Fortsatt forskning kan lyfta fram och beskriva negativa och positiva exempel.

Litteratur

- ✗ Bruncke L. m fl. (1990) Strömsbergs bruk. En utvecklingsplan. Inst för landskapsplanering, SLU. Uppsala.
- ✗ Fahlgren, K. red. (1966) Åsele sockenhistoria. Botnia bokförl. Umeå.
- ✗ Isaksson, O. (1995) Vallonbruk i Uppland: människor och miljöer. Bonnier, Stockholm.
- ✗ Isaksson, O. (1998) Vallonbruksminnen. En bok för alla, Stockholm.
- ✗ Janzon, B. Idrott i brukssamhället. ur Bruksandan - hinder eller möjlighet. Ekomuseum Bergslagens skriftserie nr1, 1997.
- ✗ Jonsson, R. (1987) Strömsberg - i våra minnen. Strömsbergs bruksgille.
- ✗ Kronborg, M. (1998) Vallonbruk i Uppland : en litteraturguide. Uppsala stads- och länsbibl. Fören. Vallonbruk i Uppland.
- ✗ Paju, M (2001) Kulturmiljön och de regionala tillväxtavtalen, Umeå: CERUM Working Paper 46:2002.
- ✗ Parming, D. (1998) Ullfors bruk 350 år: D. Parming, 1998, Hägersten.
- ✗ Weissglas, G., Paju, M., Westin L. och Danell, T. (2002) Kulturarvet som resurs för regional utveckling. Stockholm: Riksantikvarieämbetet 2002:1.
- ✗ Westman, A. m. fl. (1996) Torvsjö by. Studieförbundet Vuxenskolan, Åsele.

Plats, kulturarv och konsumtion

Lotta Braunerhielm

Avdelningen för geografi & turism
Forskargruppen för turism och fritid
Karlstads Universitet maj 2002

Litteratur

Kommersialisering av kultur har ökat markant på senare år. Förvandlingen av kultur till kulturprodukter och den kommersialisering som det innebär förvandlar bl. a. historien till handelsvaror. Kulturarvet, som till stor del utgörs av vår historia, är en del av den kultur som påverkas av kommersialiseringen. Kulturarvsturismen är således ett uttryck för kommersialisering av kultur. Turismen är en stark kraft inom denna kommersialisering.

I den här artikeln har jag valt att lyfta fram den nya tidens turism, som är en del av den konsumtions- och varugörande process som det sen- eller postmoderna samhället karaktäriseras av. När kulturarvet 'produceras' för att bli ett besöksmål varugörs platser och kulturarv och förmedlas till besökare. Min tes är att det finns en skillnad i hur platser förmedlas och tolkas och att en del av skillnaden beror av effekter av samhällsförändringen från det moderna till det senmoderna samhället, exempelvis kommersialisering. Det finns flera perspektiv på det här. Det kan finnas en skillnad mellan representation och icke-representation av platser. Professionella inom turismnäring och kulturarvssektor försöker representera en plats genom att förmedla en bild av platsen. Bilden kan dessutom representera olika objekt och miljöer. Ibland kan dock bilden uppfattas som en social konstruktion som anpassats till besökarnas behov och önskemål. Bilden av en plats kan även vara ofullständig då den inte representerar hela samhället; platsens historia och de som lever på platsen. Den lokala platsen och lokalbefolkning kan representera en annan bild.

Kulturarvet är ett forum för olika typer av historisk representation och tolkning. Den andra sidan jag vill lyfta fram är vikten av kopplingen mellan produktion och konsumtion av kulturarvet, med fokus på vad som förmedlas och uppfattas, tolkas. Överensstämmer den bild som förmedlas med den bild som besökare uppfattar? Hur stor betydelse har besökarens förkunskaper för de berättelser och föreställningar som de tar med sig hem efter besöket?

Den teoretiska utgångspunkt jag redogör för i artikeln ligger delvis till grund för den empiriska undersökning jag bedriver i Grythyttan. Då artikeln är en del av mitt avhandlingsarbete kastas läsaren direkt in i diskussionen om det senmoderna samhället och effekter som exempelvis kommersialisering.¹⁰ Vissa begreppsdefinitioner är av förklarliga skäl utelämnade i artikeln.

Den nya tidens turism

Turism utgör en väsentlig del av den konsumtions- och varugörande process som kännetecknar den moderna kapitalismen. Turism kan man därför bäst se som en global process av varugörande och konsumtion som involverar flöden av människor, kapital, kulturer och identiteter.¹¹ Kommersialisering, eller kommodifiering, kan likställas

¹⁰ I tidigare kapitel har jag behandlat samhällsskiftet från det moderna till det senmoderna samhället och lyft fram vissa nyckelbegrepp som exempelvis kommersialisering och differentiering som karaktäriserar dagens senmoderna samhälle. Jag har även behandlat definitionen av plats och rum och hur platsens och resursers (ex. natur och kultur) betydelse för oss förändrats över tid.

med en process eller en aktivitet där saker värderas i första hand utifrån deras värde för utbyte eller handel, och blir på så sätt en vara, eller service.¹² Mycket av den litteratur som behandlar turism som konsumtion diskuterar det faktum att materiell kultur, människor och platser blir objektifierade för att passa den globala marknaden. Jag frågar mig vad som händer med andra värden hos ting och aktiviteter (exempelvis religion, kultur och sociala aspekter) när det blir kommersialiserat som en effekt av turism?

Turism handlar till mångt och mycket om en specificering av platser, om processen där besöksmål/platser blir separerade från det vardagliga och omvandlas till en vara att sälja på den globala marknaden.

Den globala spridningen av turism och utvecklingen av nya rum för turism har resulterat i en ökad konkurrens mellan destinationer, vilket även har inneburit ett behov av en ökad differentiering inom marknaden. Platser behöver specifika karaktärsdrag som man kan identifiera dem eller produkten med.¹³

En tydlig paradox av globaliseringen är att den drar åt två olika håll samtidigt. Det ena hållet är skapandet av globala system. Det andra hållet går mot former av kulturell fragmentarisering eller avdifferentiering som leder till en förstärkning av regioner, lokaliteter och identiteter.¹⁴ Dynamiken i globaliseringen leder till nya former av ekonomi, kultur och politisk organisation. Globaliseringens rum är inte lika knutna till nationen och vi är inte lika bundna vid fysiska eller mentala gränser. Det globala flödet av kapital går hand i hand med ett globalt flöde av både människor och kulturer.

Turismen utformas utifrån dessa strukturella förändringar som pågår både i det som brukar kallas utvecklade och i icke utvecklade länder. Trots olikheter i mönster och typer av turism går det att identifiera globala trender som diversifiering och fragmentarisering.

Globalisering innebär en förändring av kontexter där gamla självklarheter återskapats, inte som enstaka processer, utan som en kombination av olika influenser. Avterritialiseringen där flöden av kapital, handelsvaror och människor inte är lika bundna till nationsgränser som tidigare är ett exempel. Vi kan även se nya former av politik, ekonomi, social och kulturell organisation som växt fram.¹⁵

Globaliserad kultur

När massturismen, som karaktäriseras av stora mängder människor som tog sin årliga semester samtidigt och ofta till samma platser, minskade på 1980-talet ändrades turismmönstren och turismen blev tydligt fragmenterad. Ända fram till 1980-talet ansågs inte turismen ha speciellt mycket med kultur att göra. Idag kan vi istället se en trend där de samverkar i hög grad. Turismen idag är fokuserad på upplevelser och på destinationer där turister kan samla olika sociokulturella verkligheter. Turism handlar om möjligheten att erhålla kulturellt kapital. Ofta erbjuder dock turismen skraddarsydda utflykter till andra kulturer och platser där turisterna kan införskaffa souvenirer och varor som ett bevis på den kulturella identitet de besökt.¹⁶

En konsekvens vi kan se av globaliseringen är homogenisering av kulturer och en anpassning till västvärlden. En motsatt trend är att globaliseringen leder till en ökad differentiering av kulturer och en förnyelse av kulturell identitet på lokal nivå. Turism är framför allt ett globalt fenomen och har blivit globaliserat i form av flöden av människor och pengar. Rumsligt sett så har det dock inneburit en förstärkning av lokaliteter och framför allt har platsers och kulturers betydelse ökat samtidigt som utvecklingen av nya 'hybrida' former för turismkonsumtion uppstått.

11 Meethan, 2001:4

12 Cohen, 1988:380

13 Meethan, 2001:73

14 Meethan, 2001:56

15 Meethan, 2001:167

16 Dicks, 2000b:43

Varugörandet av kulturer är en betydelsefull faktor i dagens samhälle och är starkt kopplat till utvecklingen av globala turismssystem. Kulturer har blivit mer affärsmässiga samtidigt som varor medvetet produceras som 'kulturella'.¹⁷

Kommersialisering av kultur har ökat starkt och turismen är den starkaste kraften inom denna kommersialisering. Förvandlingen av kultur till kulturprodukter har även förvandlat historien till handelsvaror. Trots att kulturturister varit vanliga i Europa under hundratals år är det enbart under de två senaste decennierna som kultur- och kulturarvturism identifierats som specifika turismmarknader.¹⁸ Kulturarvturism är således en relativt ny arena inom turismindustrin. Kulturarvturismen är en del av kulturturismen och har setts som en växande marknad med stora möjligheter för både lokalbefolkning, lokala kulturer och för att sprida turismen säsongsmässigt och geografiskt. Kulturarvturister söker kultur och kulturarvserfarenhet och en autentisk och meningsfull upplevelse.¹⁹

Kulturen utvecklas idag även till nya former av hybridisering. Nya kulturella influenser antas, lånas och förstärks för mer lokala ändamål av konsumtion. Hybridisering kan dock anses innebära en typ av avsaknad, att man förlorar äkthet, helhet och autenticitet. Den verifierar även rotlösheten i samhället.²⁰

Cohen²¹ lyfter fram just de förutsättningar som den moderna turismen innebär, d. v. s. påverkan på lokalsamhällen. Han menar att turismen, vilket vi redan konstaterat, leder till en kommodifiering av lokala kulturer som handelsvaror. Detta kan efter vad som påstås leda till förändrade värderingar av kulturella produkter och mänskliga relationer. Lokala kulturer kan även förstöras eller som jag snarare skulle vilja se det, förvrängas, när de behandlas som turistattraktioner. Cohen menar även att det kan gå så långt att autenticiteten helt förstörs hos lokala kulturprodukter.

Kulturer är idag inga bundna enheter. De är mer mobila än tidigare. När man skall sälja kultur har komplexiteten inom kulturen varugjorts och reducerats till något igenkännbart som förmedlas för konsumtion. Kulturer är dock svåra att se som helheter. Kulturer kan vi exempelvis se som en samling distinkta karaktärsdrag som ofta är grundade på olika föreställningar av platser och identiteter. Kulturer är representerade i rummet och de brukas av både lokalbefolkning och turister som kommer i kontakt med dem. De framställs och förmedlas även av exempelvis turismorganisationer som varor eller produkter för turismmarknaden. Kulturens representation kan även lokalbefolkning ta till sig som ett sätt att förstärka eller hävda en specifik identitet.

Varugörandet av platser och rum

I samband med samhällsskiftet till en serviceekonomi, globalisering av informationsteknologi och nya former av rumslig organisation skapades även nya former för platser för turism. Harvey²² menar att produktion nu är mer rörlig, vilket bidrar till att investeringar inte är knutna till specifika platser. Det innebär i turismsammanhang att investerare kan dra fördel av olika skillnader i kvalitet och pris bland resurser mellan olika platser.

Den industriella nedgången under slutet av 1970-talet innebar att man sökte efter nya former av investeringar och arbete. Den ökande turism- och fritidsmarknaden urskiljdes då som en sektor som skulle kunna generera nya former av ekonomisk tillväxt. Detta gav möjlighet till utveckling av nya platser för turism, vilka först och främst var baserade på urbana kulturarvsattraktioner.²³

I dagens senmoderna samhälle kan vi urskilja nya mönster av en mer fragmenterad fritidskonsumtion som är kopplat till ett nytt sätt att använda sig av rummet, där

17 Meethan, 2001:114–118

18 Richards, 1996:265

19 Richards, 1996:261–263

20 Meethan, 2001:124

21 1988:371–372

22 1989:a, 1989:b, 1993:3–28

23 Meethan, 2001:20

symbolvärdet är viktigt för skapandet av platsers specifika karaktärsdrag.

Vår tids globalisering handlar om internationella och transnationella kommunikationer, men även om olika typer av relationer i tid och rum. För turismens del handlar det om varugörandet av platser och om storskaliga rörelser/förflyttningar av människor över nationella gränser. Kevin Meethan²⁴ påpekar dock att vad vi betraktar som det globala systemet har förändrats sedan slutet av 1970-talet. Han menar även att det är kopplat till omstruktureringen av platser. En av de viktiga aspekterna av globaliseringen anser han vara regioner och lokalitetens betydelse för social interaktion och fokus som riktas på både politisk och social identitet. Det lokala har dock inordnats i ett vidare ekonomisk ramverk och samtidigt förstärkts och fått en mer betydande ställning. I det här sammanhanget framhäver Meethan²⁵ vikten av Lefebvres tankar om *The Production of Space*²⁶ och hans

”... ambitious and complex attempt to avoid reducing the conceptualisation of space to either a container within which social activity occurs, or a philosophical abstraction”.²⁷

Det materiella bruket och erfarenheterna av platser måste samordnas både med de sätt som platsen är framställt och uppfattad. Lefebvre presenterar ett sätt att tänka kring hur platser är konstruerade och uppfattade som materiella artefakter, hur de är representerade i diskurser, och hur de är använda i representationen som symboliska platser.²⁸

Lefebvre har identifierat tre olika dimensioner på produktionen av rummet; *spatial practice*, *representations of space* och *representational space*, vilka han själv likställer med en dialektisk relation inom triaden av *the perceived*, *the conceived*, och *the lived space*.²⁹ Vad han menar med *spatial practice* är framför allt produktion och reproduktion, d. v. s. de faktorer som bestämmer användandet av rummet och de åtföljande sociala formationerna. Det är så som rummet fungerar i praktiken, det vi kan mäta, erfara och uppfatta med våra sinnen (*perceived space*). Harvey³⁰ för en liknande diskussion om rummet och menar då fysiska och materiella flöden, transporter och interaktioner som sker i och tvärsigenom rum på ett sådant sätt att de försäkras en produktion och social reproduktion. Utvecklingen av semesterorter till specifika platser för fritidskonsumtion kan vi se som en aspekt av differentieringen av moderniteten. Modernitetens rum kan vi således se som former av *spatial practice*. Nya former av globaliseringen kan också ge nya former av *spatial practice*.

Representations of space är framför allt planerarnas rum, vilket tenderar att bli ett system av verbala tecken. Vad Lefebvre poängterar är det sätt som rummet blir conceptualiserat i form av policies e t c. Det förekommer ett byråkratiskt övertag och försök till kontroll över former av rumslig praktik. Det är föreställningen av rummet, så som människor uppfattar rummet och konkretiserar det (*conceived/imagined space*). Inom turismen berör det här exempelvis produktionen av olika typer av berättelser vilket uttrycks i litteratur, broschyrer, guider och resehandböcker.

Representational space handlar om lokalbefolkning och rummets användare. Harvey³¹ ser exempelvis på *representational space* som;

”... mental inventions (codes, signs, 'spatial discourses', utopian plans, imaginary landscapes, and even material constructs such as symbolic spaces, particular build environments, paintings, museums, and the like) that imagine new meanings or possibilities for spatial practices.”³²

24 2001:33–35

25 2001:36–40

26 1991:33–53

27 Ur Meethan, 2001:36

28 Harvey, 1993:17

29 1991:33–53, Harvey, 1989a:219

30 1989a:218

31 Harvey, 1989a:218

32 Ibid.

Representational space är rum som delvis är föreställda, vilka kan bidra till identitetskapande. Det är ett upplevt rum (*lived/experienced space*) där vardagslivets återskapning sker. Rum som används inom turism omfattar värderingar och betydelser som uppkommit genom turisternas, likaväl som lokalbefolkningens, egna erfarenheter. Det handlar med andra ord om råmaterial som varugjorts för att kunna produceras som rum för turism. Produktionen av rum för turism består därför av materiell miljö och socioekonomiska förhållanden likaväl som symboliska värderingar från både besökare och lokalbefolkning. *Representational space* associeras med olika bilder och symboler likaväl som social praktik. Att känna tillhörighet till en plats innebär att känna till det betydelsefulla i sådana symboler, d. v. s. uppfattningen om specifika platser, som innefattar en föreställning om gemenskap. Det kan vara lokal historia som delas, eller byggnader e t c som uppfattas som det gemensamma kulturarvet.

Det jag finner intressant inom Lefebvres referensram är *representational space* som faktiskt är det som upplevs. För Lefebvre handlar just den tredje dimensionen om att förminska dualismen mentalt respektive materiellt förhållningssätt till rummet, eller likheterna med andra dikotomier som förekommit; subjekt-objekt, abstrakt-konkret, lokal-global, natur-kultur, centrum-periferi, manligt-kvinnligt, kapitalism-socialism e t c. Han försöker helt enkelt öppna upp dem och öppna för nya möjligheter genom att säga att två begrepp aldrig är tillräckligt för att handskas med den verkliga och den föreställda världen.³³ Det räcker alltså inte bara med ett rum i praktiken och en planering och kontroll över rummet. Rummet upplevs och upplevelseperspektivet är lika viktigt som andra perspektiv.

Den komplexa interaktionen som finns mellan Lefebvres tre dimensioner, vilken Soja³⁴ kallar *the trialectics of being*, innebär således att de borde studeras tillsammans som fundamentala och sammanvävda kunskapskällor. Det är precis vad det handlar om att leva på denna jord, d. v. s. en komplex interaktion. Att försöka sig på att göra teoretiska och praktiska föreställningar om världen utförs därför bäst genom att kombinera historiska, sociala och rumsliga perspektiv och inte fokusera sig på enbart ett geografiskt eller sociologiskt perspektiv.³⁵

Utifrån Lefebvres tresidiga uppdelning kan vi konstatera att en analys av rummet kräver en fokusering både på den materiella produktionen av platser, av besöksmål, av ekonomiska och sociala praktiker, som på symboler och föreställningar som framkommer av dem. Konstruktion av rummet innehåller således både produktion och spridning av handelsvaror som både är materiella och symboliska. Produktion av rum för turism kan således ses som en process av varugörande som överbringat olika rumsliga och institutionella nivåer från global och transnationell till nationell, regional och lokal nivå.

Varugörandet för turism anses påverka den kulturella särarten och dess karaktärsdrag i sådan negativ form att de kan suddas ut. Förändringar i kulturell särart, i identiteter och i attribut för turism på lokal nivå har i själva verket påverkats av influenser både in- och utifrån. På olika sätt kan påverkan utifrån av turister kontrolleras. Vad man måste ta hänsyn till, enligt Meethan³⁶, är turisternas efterfrågan och konsumtionsmönster, deras motiv och värderingar. Sedan måste hänsyn tas till hur efterfrågan påverkar samhällen i fråga och deras kulturella värderingar e t c. Det här innebär i praktiken att man behöver analysera turismen utifrån relationer, d. v. s. interaktionen mellan det globala och det lokala, och förmedlingen mellan det globala turismsystemet och den upplevda erfarenheten på lokal nivå.

Problem som noterats är utvecklingen av nya platser för konsumtion som skapar symboliska gränser mellan lokalbefolkning och utomstående. De tydligaste exemp-

33 Soja, 1999:267–268

34 1999:262

35 Soja menar att *perceived space*, det han kallar för *Firstspace*, den materialiserade rumsligheten har legat i fokus för geografiska analyser, medan *Secondspace* (*conceived space*), är mer idealistiskt än materialistiskt och representerat geografers ideologiska diskurser, det sätt vi tänker och skriver om texten och hur geografi är generellt. Enligt Soja arbetar ofta geografer mitt emellan dualismen *Firstspace-Secondspace*. Det Soja kallar *Thirdspace* (*Lived space*) representerar ett annorlunda sätt att se på det mänskliga användandet av rummet. 1999:265–267

36 2001:6, 138–144

len på detta fenomen är på charterresemål, eller även lyxiga resorts avsedda enbart för turister, d. v. s. typiska turistområden som består av alla möjliga faciliteter som konferensanläggningar, affärscentra, sporthallar e t c, som ofta är avstängda för lokalbefolkning.

Intresset för autenticitet och kulturarv – en respons på moderniteten

Moderniteten har kritiserats för att vara ett universellt och i huvudsak negativt fenomen som genom varugörandeprocessen förstört eller förändrat betydelsen av autenticitet hos andra kulturer och platser. Moderniteten har setts som både motsatsen till och förstöraren av autenticitet. Att ägna autenticitet omsorg är därför en kritik mot moderniteten, och samtidigt ett sätt att bevara vad som finns kvar, för att det inte skall försvinna i framtiden.³⁷

Upptäckten och intresset för att 'skapa' ett kulturarv för konsumtion och turism har funnits under lång tid i Europa, som en respons på modernitetens koncentration på att enbart bevara historiska fabriker i städer. Före 1700-talet fanns framförallt konstsamlingar och andra kulturprodukter i privat ägo hos kungligheter och adelsmän, vilka sedan i och för sig konfiskerades som ett resultat av den franska revolutionen. Europeisk kultur på 1800-talet ansågs vara en universell kultur som stod för all tid och alla människor. Det modernistiska konceptet med historiens ökande betydelse och önskan att samla ihop samlingar som framhävde både de historiska processerna och vägen till den framträdande nutiden var orsaken till den första vågen av kulturproduktion. Samma modernistiska kraft som bidrog till skapandet av museer ledde senare till en ökande utnämning av historiska monument i Europa.

Den andra vågen av kulturkonsumtion kom inte förrän på 1960-talet och framåt genom återanvändning av kulturella former som tydliggjorde övergången från modernismen till senmodernismen. Senmodernismen innebär inte bara en återanvändning av historien, den utvidgar även den tidsperiod som ansetts som vårt historiska kulturarv. Perioder från 1950- och 1960-talet kan exempelvis betraktas som kulturarv idag.

I samband med den avknoppning av kulturproduktion, som stimulerats av återanvändningen av historien och 'historifiering' av den nyligen passerade tiden, har senmodernismen präglats av uppkomsten av nya intressegrupper och specialiserade marknader. Museer har därför kunnat överge det modernistiska projektets universella karaktär till förmån för marknadssegmentering och tematisering. Resultatet har blivit en andra 'museiboom' i Europa. En annan kraft som legat bakom boomen av kulturarvsproduktion under senare år har varit utvecklingen av attraktioner relaterade till regionala och lokala kulturer.³⁸

Intresset för nostalgi och autenticitet utvecklades dock inte förrän på 1970–80-talet. Nostalgi var då någonting som var för eliten men som nu blev mer populistiskt. Det hängde samman med en förändring i modet vad gäller konst, arkitektur e t c, vilket i sin tur ledde till förändringar i lagstiftning.

Autenticitet har olika innebörd när man pratar om exempelvis naturmiljö och kulturarv. Autenticitet kan definieras utifrån olika perspektiv. Wang³⁹ lyfter fram ett *objektivt* perspektiv, ett *konstruktivt* och ett *existentiellt* perspektiv. Det *objektiva* perspektivet används i situationer då ett objekts ursprung lyfts fram, som i exempelvis museer. De enskilda objekten kräver en viss unikheter. Denna definiering är svår att använda sig av när man tittar på exempelvis hela kulturer. Objektiviteten är inte det enda sättet att mäta autenticitet. Den *konstruktiva* definieringen lyfter fram autenticiteten i form av tro, perspektiv och makt. Autenticitet har utifrån ett andra perspektiv fått en tillskriven eller förhandlad/förmedlad mening och är således specifik för vissa kulturer eller grupper. Traditioner och olika typer av objekt kan exempelvis ses som konkreta

37 Meethan, 2001:90–92

38 Richards, 1996:273–275

39 1999

former av kulturell autenticitet under en specifik tidsperiod. *Existentiell* autenticitet däremot relaterar till erfarenheter på individuell nivå och kan kopplas till Cohens⁴⁰ typologier över autenticitet och olika typer av turister, vilket jag beskriver i ett senare kapitel.

Traditioner anses som en konkret form av autentiskt sätt att leva. Hela modernismen, som en form av social, kulturell och politisk organisation, är förgivet taget i kontrast till vad som uppfattas vara ett traditionellt sätt att leva på. Vad som anses vara tradition och autenticitet är kultur i form av språk, litteratur, musik, konst och historia. Det kan även vara materiell form av kultur i form av speciella typer av konst, nationell arkitektur, olika stilar på kläder. Hit räknas även souvenirer och hantverk. Nationell kultur är även en form av tradition och autenticitet som avgränsas av nationella gränser, mönster efter agrar näring och speciella former av social och politisk organisation. Det viktiga vad gäller dessa exempel är att de alla har möjligheten att ses som en autentisk form av nationell, regional och lokal kultur. Det är på detta sättet, genom klassificering av både människor och objekt som identiteter både skapas och hålls vid liv. Man kan dock konstatera att enbart de traditioner som har någon koppling till människors behov och identitet överlever.⁴¹

Att bevara ett samhälles kulturarv och autenticitet görs självklart inte bara för turismens skull. Kulturarvet kan användas i bl. a. utbildningssyfte, men även som en lokal känsla av tillhörighet för både lokalbefolkning och utomstående. Kulturarvet konsumeras därför både av besökare och lokalbefolkning. Det ökade varugörandet av kulturarvet gör oss medvetna om att produktion och konsumtion av kulturarv har en stark koppling till bredare frågor kring politik, ekonomi och andra former av kulturell art och kan tjäna många olika syften. Kulturarvet innebär i praktiken en differentiering av kulturer i både tid och rum.

Kulturarvet definierar även individualiteten och autenticiteten hos platser, kulturer och människor. Det ger inte bara uttryck för materiell och upplevd autenticitet, utan det skapar även förutsättningar för de symboliska värden som identifierats och som skulle kunna bli intressanta för försäljning på turismmarknaden. Kulturarvet är således både en politisk och en ekonomisk resurs och viktig för identiteten. Kulturarvet är inte bara en produkt, utan många, och bestäms delvis av konsumenten vid konsumtionstillfället. Kulturarvet och autenticitet består av konstruerade värderingar, men kan inte lyftas ur sitt sociala och materiella sammanhang från den plats där det är lokaliserat.⁴²

Att prata om kulturarv utifrån producentperspektiv kräver även att man berör den andra sidan, d. v. s. konsumenten. Konsumenten är dock inte bara besökaren, d. v. s. turister, utan även lokalbefolkningen.

Den postmoderna turisten

Den postmoderna turismen handlar om föreställningar, autenticitet och flexibla mönster av produktion. De varor som producerats för den postmoderna turisten innehåller en lång rad av kulturarvsprodukter. Konsumtion av kulturarvet som görs av den postmoderne turisten kan ofta associeras till specifika sociala grupper och framförallt till medelklass, vilka har karaktäriserats som 'producenter och konsumenter av senmodernism'.⁴³

Många studier kring senmodernistisk konsumtion är gjorda av den franske sociologen Pierre Bourdieu, som påpekat att sociala klasser kämpar för att utmärka sig själva från andra genom utbildning, sysselsättning och konsumtion av handelsvaror. Bourdieus analyser kring kulturkonsumtion kan även appliceras på turismkonsumtion. Förståelsen för turismkonsumtion har betydelse för förståelsen av det förändrade efterfrågan på turism. En ökad efterfrågan på historia och autenticitet förklarar det

40 Cohen, E., 1988:374–380

41 Meethan, 2001:95–96

42 Meethan, 2001:95, 101–107

43 Richards, 1996:267–272

Tabell 1: Typologier av autenticitet

Tourist type	Alienation	Authenticity	Holiday type
Existential Experiential Recreational	high	central	elitist, independent
Diversiönary	low	unimportant	mass package

Källa: Cohen, 1988 ur Meethan, 2001:93

ökade intresset för kulturarvsturism. Ett viktigt konstaterande är att de som besöker museer och kulturarvsplatser framför allt är de som innehar ett kulturellt kapital, vilket ofta är det nödvändigt för att kunna tolka kulturarvet. Det här är en viktig aspekt som jag själv vill lyfta fram i mina empiriska studier i Grythyttan, d. v. s. vad besökare har för förkunskaper om en plats, vad och hur de tolkar den bild som förmedlas av professionella.⁴⁴ Besökarens egna intressen, förkunskaper och bakgrund uppfattar jag har en stor betydelse för vad man tar till sig, uppfattar och kommer ihåg.

Att vara kulturturist är ett försök att ta sig bakom den fruktlösa fritiden och att återvända berikad av ny kunskap kring andra platser och andra människor. Kulturturister tenderar att ha en hög ekonomisk status, hög utbildningsnivå, tillfredsställande fritid och har ofta en sysselsättning med någon slags koppling till kulturinstitutioner. Den socioekonomiska profilen hos museibesökare och kulturarvsbesökare kan man därför säga knappast har förändrats de senaste 30 åren.⁴⁵

Det finns ett antal problem vad gäller autenticitet som handlar om medvetenheten om att förlora värden både för lokalbefolkning och för turister. Lokalbefolkning kan kritiseras för att varugöra och sälja sitt kulturarv, eller för att vara passiva offer av moderniteten, d. v. s. att inte bry sig om varugörandet av kulturarvet. Det kan finnas en risk för en beskyddande elitism som ser på andra kulturer med värdefulla autentiska attribut, som om de bevaras bara för att betraktas av turister ('the gaze of the tourists'). Det kan vara kulturer som anses låsta, eller som har fastnat i historien.⁴⁶

Cohen⁴⁷ har tagit fram olika typologier av autenticitet, vilka delar upp olika typer av turister och olika typer av turism. Typologierna går från 'highly alienated existential tourists' som medvetet söker det autentiska, och som anser sig själva som resenärer snarare än turister, till 'the non-alienated diversionary tourists' som inte anser att autenticitet är viktigt.

Typologier av autenticitet

Vissa turister söker medvetet efter det 'verkliga' och det 'autentiska', men om det är för personlig eller för existentiell tillfredsställelse, eller för att tillföra någon form av kulturellt eller socialt kapital är svårt att veta.

Själva processen där autenticitet söks handlar om att söka insikt och förståelse. Själva kärnprodukten inom turismen kan definieras som upplevelse (-er) för turister ämnade att konsumeras för att uppnå status, nyheter, socialisering, avslappning, intellektuell utveckling, stärkt gemenskap e t c. På grund av att den tid som kulturturister befinner sig på besöksplatser ofta är kort måste historien 'visas upp', istället för att kunna underhålla besökarna. Med det perspektivet handlar attraktioner framförallt om väsentliga experimentella produkter som främjar känslor, sinnen, fantasi, kunskap och insikt, helt enkelt konstruktioner för upplevelser.

Varje besökare kommer med sina egna kulturella föreställningar, baserade på personliga intressen, tidigare erfarenheter och kunskaper. Det betyder att besökare till

44 Inom kategorin professionella räknar jag in de som aktivt arbetar med att förmedla en bild av Grythyttan, dvs kommun, turismnäring, hembygdsförening etc.

45 Ibid.

46 Meethan, 2001:92–93

47 Cohen, E., 1988:376–380

kulturarvsplatser ofta bidrar i produktionen av sina egna upplevelser genom egna föreställningar, sinnen och känslor färgade av personliga värderingar. Besökare kan därför tolka budskapen på kulturarvsplatserna på helt annorlunda sätt än vad som var avsett. Den komplexa naturen i upplevelser bekräftar att besökarens beteenden är sensoriskt komplexa och känsloladdade. Komplexiteten förtydligar svårigheten som professionella har att förmedla kulturarvets budskap och den historiska förståelsen.⁴⁸ En viktig fråga jag behandlar i studien i Grythyttan är vad besökare har fått för bild, uppfattning, om platsen och om den överensstämmer med den bild som de professionella avser att förmedla.

Anledningen till att undersöka besökarnas behov kan vara att det är en nödvändighet för att ta fram utbudet, för att utveckla besöksmålet och för att marknadsföra det. Om besökarnas behov uppfylls resulterar det i att besökarna blir tillfredsställda och belåtna. Att identifiera behoven är en nyckelfaktor för att förstå besökarnas beslutsprocesser. Jag ska inte gå in djupare på turisters motiv, eftersom det inte lär finnas någon enstaka teori som till fullo kan förklara detta. Istället kan man lyfta fram både Maslows behovstrappa, Isa-Ahola's 'klyfta mellan 'escape-seeking' och föreställningen om 'push-pull' faktorer.⁴⁹

Turisters motiv för resor är oftast flera. Mångfalden finns på både individuell och kollektiv nivå. På den individuella nivån kan besökare ha flera olika behov som han eller hon försöker uppfylla. Crompton/McKay⁵⁰ exemplifierar med festivalbesök när de redogör för besökarnas behov på individuell och kollektiv nivå. Festivaler och kulturarvsplatser är inte likvärdiga besöksmål, men ändå en upplevelse där man får uppleva någonting utöver det vanliga, var på man kan likna behoven hos besökarna. På den individuella nivån finns exempelvis behovet av att möta och interagera med den egna familjen och på kollektiv nivå kan det vara behov som att uppleva en kulturell tradition, eller att få möjligheten till socialisering i grupper.

De förändrade mönster vi kan se inom turismen, d. v. s. en minskning av massturism och en ökning av specialiserad turism, har inte bara att göra med ändrade konsumtionsmönster. Det är även en följd av olika marknadsföringstekniker. Detta är vad 'The British Tourist Council' konstaterat i samband med att de arbetat med olika besöksprofiler. Deras slutsatser är att det skett en förändring i turismkonsumtionen och i besöksprofiler och -identiteter. Trenderna är att turister inte bara kommer att bli rikare utan att de samtidigt kommer vara mer medvetna och försiktiga med sina pengar. Turister kommer att resa ensamma och resorna kommer att bli kortare. Tiden för resan kommer att vara begränsad, vilket innebär att turisterna vill maximera sin upplevelse samtidigt som ansträngningen för att uppnå upplevelsen minskas. Turisterna kommer att söka mer individuella skräddarsydda resor istället för paketresor och resenärerna kommer att vara äldre än tidigare och mindre stillasittande.⁵¹

Kommersialisering av kulturarvet – en effekt av den nya tidens turism

Idag finns det en trend som visar en mer inhemsk och lokal upplevelsebaserad form av kulturkonsumtion, vilket har påverkat utvecklingen av ett 'nytt kulturarv'. Utifrån detta har 'kulturarvsindustrin' växt fram med karaktärsdrag som är inriktat mot en fritidsorienterad och tillgänglig 'kulturarvsprodukt'. Kulturarvsupplevelsen strävar efter att bli en levande historiemiljö där besökare kan uppleva med alla sina sinnen istället för att som tidigare beskåda genom glasmontrar. Intresset för historien kan tolkas som;

”... not as a retreat from the present but as stimulated by the present. In this perspective, the heritage gaze is not a gaze on the past but a gaze which is thoroughly rooted in

48 McIntosh/Prentice, 1999:606–609

49 Crompton/McKay, 1997:426

50 1997:426

51 Meethan, 2001:72–73

the present".⁵²

Olika kulturarvsplatser erbjuder olika rumsliga föreställningar om historien. Kulturarvsplatser idag representerar bl. a. gårdagens industrisamhälle; gruvor, gruvarbetare, kolminor e t c. Platserna inbjuder besökaren att blicka in i familjernas sätt att leva och i de vardagliga momenten. De erbjuder en historia från en specifik plats eller levnadsstil.⁵³ Gamla produktionsarenor, exempelvis gamla gruv- och kolminor, har idag fångats av konsumtionen och omvandlats till museum och besökscentra.

Kulturarvet är inget nytt fenomen. Kulturarvet har vi runt omkring oss och i våra vardagliga liv. Meningen är att människor skall få chansen att komma i kontakt med och lära sig om vanliga människor från förr. Med kulturarv menar inte bara olika typer av byggnader utan även folkets kulturarv och det industriella kulturarvet. När kulturarvet inplaceras inom begreppet museum får det en mer specifik mening och betecknar en institution som arbetar med en specifik typ av historia. Det nutida kulturarvet är ofta en konstruktion av simulerade miljöer framför det typiska museet med samlingar i montrar. Beteckningen museum har vidgats och inkluderar även lokala museer, kulturarvmuseer, friluftsmuseer och kulturarvsparker.

Museerna har satts i en ny sits där man är tvungen att konkurrera om besökarna genom att vända sig direkt till publiken. För att möta behoven arbetar man utifrån strategier som innebär att; museerna arbetar med konkreta marknadsföringsfrågor för att nå ut till nya målgrupper; de varierar sin verksamhet till nya typer av platser för konsumtion, för att inte bara förlita sig till utställningar; de använder sig även av ny teknik i utställningar och i förmedlingen för att ge mer liv åt och öppna upp utställningarna till en vidare publik.⁵⁴

Inom kulturarvsdebatten finns en stark oro och kritik mot kommersialiseringen av kulturarvet. Tonvikten läggs framförallt på det sätt som kulturarvsidentiteter kan användas för att marknadsföra lokalsamhällen. Varugörandet av kulturarvet kan leda till att den kulturella diversifieringen kvävs och inbjuda lokalbefolkningen till att identifiera sig med den mest stereotypa och enkla bilden av kulturen. Den lokala publikens värld kan i sig själv reduceras till ett antal varugjorda teman, vilka har effekten att befästa skillnaderna mellan sociala grupper på estetisk och stylistisk grund.⁵⁵

Med det ökade flödet av idéer, information och människor tvärs över gränser så har den sociala hågkomsten blivit mer sönderstyckad, upp-speedad och hybridiserad. Kulturarvet har därför fått en mångtydig betydelse. Det finns en stark ökning av nya kulturarvsbesöksmål som ofta har startats och drivs av entusiaster. Museer och kulturarvsplatser är också motivet för homogenisering av marknaden och beroende av att positionera sig i en global och snabbt föränderlig marknad. Nationella och lokala samlingar framtagna av entusiaster måste därför konkurrera med en förmodad global besöksindustri, där det populära ofta förändras väldigt snabbt.⁵⁶

Museer har traditionellt sett varit platser där samhällen har känt en tillhörighet, där man kunnat lyfta fram sin historia och där man kunnat forma en kulturell identitet. På senare år har den 'kulturella renässansen' fått ökad uppmärksamhet och kulturarvsupplevelser har blivit lika populärt som andra fritids- och turismaktiviteter. Politiker och planerare har tagit tillfället i akt att sammanföra museer i ekonomisk utvecklingsinitiativ. Museernas roll har således ökat och kulturella institutioner förväntas bidra med ekonomisk utveckling.⁵⁷

Det ökade intresset för museer och framförallt historiska och kulturella platser har även fört fram idén om vad som är ett museum och bidragit till att vidga det begränsade 'museet' till ett vidare perspektiv som innebär ett rum eller en plats. Man kan därför inte bara betrakta museer utifrån besöksmål och byggnader. Museer är idag en rumslig relation och kan ses som en process av olika ordningar som äger rum på

52 Dicks, 2000b:47

53 Dicks, 2000b:57

54 Dicks, 2000b:33–41

55 Dicks, 2000b:64–67

56 Urry, 1996:61–62

57 Tufts/Milne, 1999:614

eller runt omkring olika besöksmål eller byggnader. Därför är det intressant att se på museer utan väggar, d. v. s. kulturarvsplatser.⁵⁸ Själv ser jag på Grythyttan som en plats utan väggar med kulturhistorisk intressanta miljöer. Jag definierar därför Grythyttan som en kulturarvsplats.

Kulturarvet är både standardiserat och anpassat till lokala förhållanden. Det är skapat utifrån efterfrågan på ekonomisk utveckling och turismindustrins behov av besöksvänliga produkter där tillgängliga, mottagliga och bekräftande berättelser kan ges. Kulturarvet gör dock anspråk på att berätta om specifika platser och måste då bidra med att ge lokala igenkännbara historiska förklaringar. Dicks⁵⁹ särskiljer här skillnaden mellan kulturarvsmuseer och temaparker och hävdar att temaparker inte har funktionen av att bidra med den lokala autenticiteten som kulturarvet gör. Kulturarvsmuseer har som sitt uppdrag att berätta historier som utmärker platsen från andra eller ett specifikt sätt att leva på från andra. Oavsett i vilket syfte, så karakteriseras kulturarvet av löftet att föra samman både lokala egenarter och generella föreställningar.

Förmedling av kulturarvet

Kopplingen mellan objekt och byggnader och våra minnen av platser och identiteter är komplex. Det bidrar till frågor om minnena är framkallade av produkter och vilken roll som den kollektiva uppfattningen har. Urry⁶⁰ lyfter fram olika frågor som förenar diskussioner om kulturarvet och representationen, förmedlingen, uppfattningen e t c. Han skriver bl. a. att genom den snabba tillväxten av besöksplatser kring det industriella kulturarvet sker en kommersialisering av historien och en förlust av makten om historien och dess kvalitet. Han påpekar även att vi har för lite kunskap om hur människors minnen kring platser, industrier eller sociala institutioner stimuleras, entusiasmeras och sedan ihågkoms. Vår kunskap om hur människor använder och svarar på kulturarvsplatserna är även begränsad. Själv menar jag att vi har för lite kunskap om hur representationen fungerar, och hur andra effekter från samhället påverkar bilderna som förmedlas av platser och samhällen.

Att 'komma ihåg' innebär att öppna möjligheterna för vad som kan ha varit, om hur händelser eller relationer skulle kunna ha hänt på ett annat sätt. Att komma ihåg är att gemensamt påverka utförandet. Det finns alltså ingen enstaka eller enkel historia som framförs genom kulturarvet.

Urry⁶¹ påpekar även att det kulturarv som ofta blir ihågkommet är elitens eller de styrande klassernas, vilket betyder att ibland produceras en ensidig historia som underrepresenterar de fattiga, kvinnor, medelklassen, industri- och gruvarbetare e t c. Inom den senaste tidens kulturarv har man dock försökt återställa denna obalans. Man har identifierat många glömda historier och försäkrat sig om att allt kulturarv har ett värde.

Bella Dicks⁶² menar att kulturarvsmuseer suddar ut gränserna mellan texter som förmedlas och de miljöer som förmedlas i texterna. Det är därför viktigt att öppna upp ögonen för kulturarvsföreställningen, d. v. s. det sätt som besökare, texter och miljön interagerar för att skapa historisk kunskap. Kulturarvsplatserna består av besökare som kommer i kontakt med föremål, landskap, byggnader, guider, åkturer, vandringar genom rekonstruerade miljöer, levandegjorda utställningar e t c. Det sätt som besökarna uppfattar historien under besöket har inte utforskats i någon större utsträckning menar hon. Fyfe och Ross⁶³ hävdar att för att få en ordentlig uppfattning om detta behöver man nästan undersöka både besökare och lokalbefolknings vardagsliv och framföra allt deras koppling till lokalhistorien i olika former, lika väl som deras egen uppfattning om dem själva som museibesökare. Intressant tycker jag

58 Hetherington, 1996:155

59 2000b:64–67

60 1996:52

61 1996:57

62 Dicks, 2000b:67–69

63 1996:127–149

även är frågan om vad besökare har för förväntningar och kunskap om platsen de ska besöka och sedermera, vilka berättelser och föreställningar som besökarna tar med sig hem efter besöket. Frågorna handlar både om diskurs och kollektivt minne samtidigt med minne i form av identitet och personlig biografi. Den första frågan föder en undran hur kunskap ihopsamlad av besökare som kommit i kontakt med kulturarvet kan relateras till en allmän diskurs om historien förmedlad genom tv, film, radio, skola, böcker och tidningar m. m. Till den andra frågan hör hur besökare förstår sig på den kunskap de erhållit under besöket i relation till deras egna biografiska erfarenheter, personliga minnen och samtal med andra människor om det de besökt. Vad vi kan konstatera är att kulturarvet både handlar om att skapa en allmän myt samtidigt som det är en mötesarena för 'privata identiteter'. Det specifika med kulturarvet är just denna dualism.⁶⁴

Kulturarvsmuseer är ett rum där allmän kommunikation förekommer mellan utställningar och besökare. När historien kring någonting specifikt presenteras mobiliserar värderingar genom bilder, objekt, byggnader, tryckt material e t c, vilket är uppbyggt för publiken. Själva produktionen av utställningar på museer, utställningstexter med bilder e t c och själva konsumtionen, d. v. s. besökarens aktiva tolkning av texter, är aspekter som bestämmer hur kulturarvet kommuniceras.

Kulturarvet skulle kunna ses som en social praktik varpå produktion och konsumtion måste betraktas som sammanlänkande processer.⁶⁵ Detta innebär att man borde fokusera både på hur texter utvecklas och hur besökare uppfattar dem. Den här diskussionen anser jag dock inte bara handlar om texter i form av utställningstexter. Diskussionen kan appliceras på annat kulturarv än just det som visas inom museernas väggar. Jag syftar då på kulturarvsplatser utan väggar som exempelvis gruvlämningar, gammal stadsmiljö eller hembygdsgårdar och mycket mer. När man för in denna typ av kulturarv i sammanhanget handlar texterna exempelvis om broschyrmaterial för att marknadsföra ett samhälle, en plats eller ett besöksmål.

Kulturarvet är ett forum för olika typer av historisk representation och tolkning oavsett om det handlar om kulturarv inom museiväggar eller utan synliga väggar. Det är dock svårt att se någon tydlig relation mellan produktionen av kulturarvsplatser, texter som förmedlar kulturarvet och graden av tolkning som besökare gör. Bella Dicks⁶⁶ påpekar vikten av en teoretisk referensram som sammanbinder just produktion, texter och konsumtion på ett sätt som ändå inte förutsätter en orsak-effekt relation dem emellan, d. v. s. de är sammankopplade, men behöver inte påverka varandras utfall. För att förstå relationen mellan produktion, texter och konsumtion kan man se det som en process av kodning och tolkning. Kulturarvets texter i sig själva har inte någon egen mening eller betydelse enligt Dicks. Betydelsen uppnås istället genom mötet mellan läsaren (i det här fallet besökaren) och texten. Texterna bestämmer till viss del vilken betydelse besökarna får ut utav den. Texterna strukturerar historien som presenteras på ett sådant sätt att det är en viss typ av tolkning som uppmuntras. I vilken utsträckning som besökare återger just det som uppmuntrats är beroende av var på den 'kulturella kartan' som besökare befinner sig. Vad Dicks⁶⁷ menar med kulturell karta är exempelvis om besökarna har tillgång till relativt radikala uppfattningar om historien kanske genom politik, studier eller genom egna erfarenheter från yrkeslivet, som gör att de skapar en egen referensram av kunskap som de bär med sig när de kommer i kontakt med och tolkar kulturarvet.

Representation av samhälle/plats

Kulturarvet uttrycker specifika budskap om specifika tider och platser och är ofta bundet till kollektiva kulturella identiteter som förmedlas. Det är därför intressant att fråga sig vilka kollektiva identiteter som lyfts fram. Detta är betydelsefullt för vad

64 Dicks, 2000b:70

65 Dicks, 2000b:71–72

66 2000b:74

67 2000b:75

man betraktar som ett samhälles eller en plats gemensamma kulturella identitet. Vem eller vad är det som bestämmer över vad man skall prioritera och inte? Vad säger då kulturarvet om den specifika lokala identiteten som förmedlas på platser? Tänkvärt är att kulturarvet inte bara representerar historien utan att det även är med och påverkar definitionen av platser. Genom att representera människor på geografiskt lokaliserade platser/samhällen skapas likheter mellan människor och territorier. Dicks⁶⁸ refererar till begreppet 'imagined community' vilket fokuserar på platsautenticiteten som kulturarvet gör anspråk på. Det är klart att berättelser och skildringar har möjligheten att påverka denna föreställda gemenskap och att gemenskapen kan uppfattas på olika sätt. Genom kulturarvet kan man bygga upp olika visioner om gemenskap. Helt klart är att kulturarvsmuseerna hjälper till att förhöja den unika identiteten som en specifik plats gör anspråk på. Kulturarvet gör anspråk på att representera människorna på en specifik plats vid en specifik tidpunkt. Identiteten eller gemenskapen som bildas på exempelvis besöksplatser möjliggör för samhällets medborgare att ta varandras existens för givet och föreställa sig själva som en del av gemenskapen. Hur människor och lokalbefolkning framställs påverkar dock hur besökare uppfattar dem.

"Are 'they' to be thought of as a collective identity, united around shared moral or political values, as in the notion of imagined communities and national identifications? Or are 'they' to be deconstructed, and imagined rather as a constellation of fragmented and conflicting identities?"⁶⁹

Lokala museer, exempelvis ekomuseer och friluftsmuseer och den nya museologin har dock försökt att instifta en mer demokratisk, lokalbaserad förståelse av samhället.

"the true limits of the museum should not be the boundary walls of the museum building and its grounds: they should be the whole of a defined geographical territory, which might be a small village at one extreme, or a whole country in the case of a national museum. . . In traditional museums the driving force and control is the expert staff and their wishes, while in 'new museology' it is the community, its collective memory and will"⁷⁰

För lokala museer som representerar ett samhälle sammanfaller det med att även representera platsen, vilket betyder att museet bör bygga upp en aktiv och ömsesidig relation med platsen. Skildringen och framställningen av platsen innebär därför två olika saker, dels framställningen av historien, dels att ge uttryck för lokala människors röster.

Problemet med att skildra ett samhälle är faran för att återinföra en homogeniserad och idealiserad vision som hamnar i samma ideologiska kategori som folkidealet. Problemet uppstår när samhället urskiljs som sociala relationer istället för att bli igenkänd som en produkt av kollektiva föreställningar. Andra inbyggda problem är spänningen mellan samhället som uttryck för mångsidiga inhemska identiteter, och som en homogeniserande föreställning av folket, d. v. s. folket på platsen.⁷¹

En annan viktig aspekt i sammanhanget är guiders roll och speciellt i sammanhang där det finns språkliga barriärer. Guiden får ta på sig rollen av att kungöra berättelserna kring platserna, vilket innebär att besökarna får en annan bild än om de kunnat läsa själva och bilda sig en egen uppfattning. Vi måste dock konstatera att allt material i form av bilder och text som förmedlas på besöksplatser är partiska och selektiva. Vi kan aldrig påstå att någon typ av tolkning egentligen är absolut eller korrekt. Utomstående kan kanske inte uppfatta samma saker som lokalbefolkning gör. Alla bildar sig en egen uppfattning utifrån egna preferenser.

68 Dicks, 2000b:78

69 Dicks, 2000b:95

70 Boylan, 1990 ur Dicks, 2000b:96

71 Dicks, 2000b:96–99

Lokalbefolkningens representation kontra de professionellas

Lokalbefolkningen är objekt i den bemärkelsen att lokalhistorien och kulturarvet representerar dem och deras historia. De kan både vara subjekt och objekt i kulturarvet. Lokalhistorien och kulturarvet kan inte bortse ifrån lokalbefolkning. Det handlar om det vardagliga livet. Det gör anspråk på att representera dem med en autenticitet, aktualitet och realism som det traditionella museet inte kan erbjuda. När det gäller det industriella kulturarvet har det liv som skildras nyligen levts. Det finns sannolikt människor kvar som upplevt livet som skildras eller så finns familjemedlemmar kvar som kan bidra med egna minnen.

Bella Dicks har i 'Heritage place and community'⁷² skildrat lokalbefolkningens känslor vid uppbyggnaden av 'Rhonda Heritage Park' i Wales, ett industriellt kulturarv, och vilken sorts roll som de tilldelades i denna utveckling. Hon har framför allt koncentrerat sig på hur den lokala entusiasmen för kulturarvet uppenbarats; hur lokalbefolknings röster hörs, eller omvänt, hur de motsätter sig möjligheten att få sina egna minnesmärken upplyfta till historien. Dicks ger ett exempel på hur små kommittéer med lokala entusiaster inte var intresserade av att 'ställa ut' Rhonda som ett föreställt samhälle ('imagined community'), utan istället använda de bevarade kolgruvorna i undervisningssyfte för framtida generationer om historien, om regionens kolgruvindustri och om de liv som levdes där. Hela kulturarvsprojektet framställs som en del av ett allmänt utbildningsprojekt där det lokala kulturarvet kan användas som forum för att påminna lokalbefolkning om regionens historia. Entusiasterna och lokalbefolkningen syftar inte till att bidra med ny och fångslande kunskap för utomstående. Professionella och själva utställningsdiskursen vänder sig dock till turister, besökare, för vilka kunskapen är ny och okänd.

Sättet att värdera kulturarvet märker vi skiljer sig, vilket även lyfts fram i Riksantikvarieämbetets kunskapsöversikt över 'Kulturarvet som resurs för regional utveckling'⁷³. Vad vi kan konstatera är att lokalbefolkning och professionella i kulturarvssektorn har olika syn på kulturarvet, och olika syften med bevarandet och förmedlingen av kulturarvet. Kulturarvet ger dock möjligheten att länka de lokala historierna till större vidare perspektiv.

Dicks lyfter fram två olika sätt att förstå kulturarvets representation eller framställning. Det ena sättet handlar om framställningen av lokala autentiska historier och den andra om framställningen om folkets eget krav på den lokala ekonomin och kulturresurser, som exempelvis byggda miljöer, offentliga platser e t c. Dicks exemplifierar med lokalbefolkningen i området kring 'The Rhonda Heritage Park' vilka säger att området tagits ifrån dem och att det inte är de själva som 'äger' området längre. Då syftar de på den specifika identiteten som de tidigare känt var deras. De syftar även materiellt på arvet som bokstavligt talat tagits ifrån dem.

"I think it probably started at the wrong time, when there was so much friction because they were shutting so many pits. There was a lot of bitterness about them shutting and putting so many little communities out of work. Then they want to build a Heritage park costing so many thousands of pounds. It was causing friction in so many people, arguments as to whether it was a good thing."⁷⁴

Förmedling av kulturarvet kan även innebära ett bidrag med förmåner och jobb till det lokala området och en uppmuntran gentemot den lokala allmänhetens tillgång till kulturarvets resurser. Det här innebär att förmedling av kulturarvet inte alltid handlar om en historiebereskrivning, utan allmänhetens tillträde till materiella och kulturella tillgångar som anses tillhöra den lokala platsen. På detta sätt kan ett kulturarv som framställs handla 'om' människorna även vara 'av' och 'för' lokalbefolkningen.

Det 'nya kulturarvet' gör dock anspråk på att representera vardagslivet, vilket innebär att kodningen även måste engagera lokala röster, vilket är det som bidrar med

72 2000b:149ff

73 2002:18

74 Intervju från fokusgrupp 2 Dicks, 2002b:164

äkthet och autenticitet, och ofta är det som lockar besökare.⁷⁵ Viktigt är dock att poängtera lokalbefolkningens möjlighet till påverkan utifrån från diverse influenser från samhället i övrigt, vilket kan påverka synen på närområdet, kulturarvet och platsen. En förändrad syn på platsen påverkar i syn tur vad som förmedlas utåt.

Vad förmedlas och tolkas?

Det är inte bara de professionella som ensam producerar och formar kulturarvsupplevelsen. Dicks⁷⁶ menar att det finns tre olika sorter av expertkunskap som ingår i kodningen av kulturarvet kring exempelvis bergsbruk och gruvdrift. Först har vi den lokala kunskapen som finns hos f d gruvarbetare och bergsmän och hos lokalbefolkning vilket kommer ifrån deras egen erfarenhet, utbildning inom arbetet och kollektiva organisationer e t c. Den andra, den akademiska kunskapen om lokalhistorien, är framförallt koncentrerad på detaljerade historiebetydelser i textformat, medan den tredje expertkunskapen, utställares kunskap, den professionella kunskapen hos kulturarvsförmedlare, är riktad mot estetisk och experimentell design av besöksattraktioner. Kulturarvstexter kan på så vis vara en produkt av mångsidig kunskap. Intet sagt att så alltid är fallet.

Att 'sätta ihop' kulturarvet till en produkt och förmedla historien innebär ändå att mycket sällas bort på vägen och ställningstagandet görs för att vissa bitar skall få vara med och andra inte. Att ha ansvar för tolkning och förmedling innebär därför att man har en ganska stor makt över lokala resurser. Utifrån råmaterial sätts kulturarvet ihop med hjälp av rekvisita, bilder och utställningar e t c till en förmedlingsbar produkt och en besöksbar attraktion. Att lyfta fram maktperspektivet i det här sammanhanget tycker jag är väldigt intressant. Redan i det inledande stadiet i min empiriska studie kan jag se att uppfattningen om vad som är värdefullt att förmedla till besökare, vad som anses vara värt att satsa på skiljer sig mellan professionella och lokalbefolkning, och dessutom inom kategorin professionella. Att kulturarvet väljs att lyftas fram eller icke i den bild som förmedlas av Grythyttan och att många uppfattar att initiativen till den bild som förmedlas kommer ovanifrån är också tecken på makt.

Interpretationen som handlar om tolkningen och förmedlingen av kulturarvet innebär både 'hårdvara' i form av att producera utställningar, planera besöksplatser interört och exteriört och 'mjukvara' i form av skyltning, bildskärmar, bildspel, videofilmer e t c. Det innebär även specialkunskap i form av landskapsarkitektur, arkitektonisk design, interiör design, videoproduktion, fotografering, historisk forskning och även lämpliga studier och marknadsundersökningar framförallt med koppling till besöksnäringen.⁷⁷ Mycket olika kunskap och många olika människor är med och påverkar vad som förmedlas i kulturarvsprodukterna. Det är när platsen besöks, texter läses e t c som historiska platsidentiteter definieras. Intressant är därför att fråga sig vad det är för identitet som besökarna uppfattat. Det handlar på sätt och vis om att fundera över retoriken hos kulturarvet och identifiera hur texter i sig själva tilltalar besökare och hur besökare uppfattar texten.

Det är framförallt museer som har nyckelrollen vad gäller att kommunicera och uttrycka det kulturella kapitalet, vilket ofta är anledningen till att besöka museer. Det är kulturella faktorer som intresset för historien och de kulturella värden som museer bidrar med som förklarar människors besök till museer och kulturarvsplatser. Undersökningar har visat att kulturarvsbesökare ofta har en motivation att lära sig om historien och att de har ett specifikt intresse för just den period i historien som förmedlas på platsen som besöks.⁷⁸

En kvalitativ undersökning med fokus på ett specifikt kulturarvsmuseum kan ge oss förståelse över hur professionellas kodning i förmedlingen av kulturarvet får en

75 Dicks, 2000b:180–194

76 2000b:171

77 Dicks, 2000b:175–177

78 Light, D./Prentice, R, 1994:90–114 och Merriman, 1989 i Dicks, 2000b:198

betydelse genom den aktiva tolkningen hos besökarna. Flera metodologiska undersökningar har gjorts för att försöka förstå hur besökare uppfattar och svarar på själva museiutställningar. I en sociologisk undersökning kan man exempelvis undersöka hur besökares sociala ställning och kulturella identifikation (klass, ras och generationsförståelse) tillsammans med deras personliga biografi och familjehistoria skapar en förståelse för den tid och plats som förmedlas. Tendenser har funnits inom museiforskningen och i många kvantitativa undersökningar att skildra besökskategorier eller att kategorisera besökskunskap istället för att undersöka den sociala kontexten hos människors olika engagemang för historien och platsen. Detta berör själva besöket likaväl som människors generella politiska och kulturella förståelse och en etnografisk förklaring över hur historisk kunskap gestaltas i verklig social kontext.

Ur ett kulturgeografiskt perspektiv kan man se besöket till kulturarvsplatser som en resa där kulturarvet bidrar med en blandning mellan allmänna skildringar och människors egen biografi och erfarenhet. Geografiska resor från plats till plats bidrar till en källa av kulturarvs biografi. Kulturarvsmuseer bevarar den materiella kulturen från tidigare generationer och erbjuder besökarna en upplevelse i tid och rum.

Vad som erbjuds anses tillräckligt autentiskt bara om besökarna känner igen sig och kanske får associationer till barndomsminnen och annat. Autenticitet hos kulturarvet bedöms mer med koppling till de idéer och föreställningar man erhåller om föremål och annat som ställs ut hellre än minnen och personliga erfarenheter. Igenkänningen hos det lokala kulturarvet beror på graden av kulturell och biografisk närhet mellan den 'värld' som ställs ut och förmedlas och besökarens egna värld. För att förstå kulturarvskommunikationen måste man således undersöka den kulturella närheten mellan besökarnas liv och livet som förmedlas i texter och bilder.⁷⁹

Vi kan konstatera att besökare som kommer till kulturarvsplatser har någon typ av förkunskap kring exempelvis hur ett gruvsamhälle såg ut. Sällan är besökare helt nollställda och redo att skapa sig en helt ny uppfattning utifrån texter och annat som förmedlas på plats.

Vad jag kan utläsa är dock att besökare som har någon slags koppling till kulturarvet som förmedlas, antingen genom familj eller genom kunskap om de bergsbruk eller järnbruk som fungerat på plats, har en stor betydelse för hur man tar till sig och uppfattar det som förmedlas.

Sammanfattande reflektion

I dagens senmoderna samhälle kan vi urskilja nya mönster av en mer fragmenterad fritidskonsumtion. Turismen varugör platser som presenteras med specifika kvaliteter, unika för just den platsen. På samma sätt varugörs kulturer, vilket är en tydlig effekt av den nya tidens turism. Kulturer har till viss del kommersialiserats. Det har bl. a. inneburit en förlust av makten om historien och dess kvalitet.

Den moderna turismen har inte bara påverkat samhället utan de mänskliga relationerna, besökarnas intressen och värderingar av kulturella produkter m. m. Besökarna är själva med och påverkar utfallet av den egna upplevelsen. Tolkning och förmedling av en plats innebär därför en stor makt över lokala resurser och den lokala kulturen. Därför är det viktigt att fundera över vad som 'visas upp' och vilken historisk kunskap som interaktionen mellan besökare, texter och miljöer skapar. Besökarens uppfattning och själva upplevelse har en lika stor betydelse som tolkning och förmedling. Det kan ge en bekräftelse på att budskapet gått fram. Det ger oss en uppfattning om upplevelsen, och även vad som förväntas och efterfrågas.

Helt klart är att man på olika nivåer inom kulturarvssektorn och turismnäringen har olika syn på bevarande och förmedling av kulturarvet. Jag ser därför vikten av att göra undersökningar på kulturarvsplatser för att lyfta fram både kulturarvssektorns, turismnäringens och kommunens m. fl. syn på den lokala platsen, på historien och kulturarvet och vad som anses värdefullt att förmedla till besökare. På liknande sätt

79 Dicks, 2000b:198–205

bör man göra en jämförande studie med besökare för att få deras uppfattning om platsen, d. v. s. hur de uppfattar den lokala platsen och det som förmedlas om den. Intressant är därför att undersöka vilken identitet som besökarna uppfattat. Det innebär att identifiera hur texter i sig själva tilltalar besökare och hur besökare uppfattar texten. En tredje part är självfallet lokalbefolkning och deras uppfattning om den plats som varugörs för besöksnäringen. Kulturarvet representerar människorna på platsen och det påverkar hur besökare uppfattar dem.

Intressant är därför resultatet av en kvalitativ undersökning med fokus på ett specifikt kulturarvsmuseum eller kulturarvsplats som skulle kunna ge oss en förståelse för de professionellas kodning, förmedlingen av kulturarvet och den aktiva tolkningen hos besökarna. Produktionen och konsumtionen interagerar, varför fokus bör ligga på både texternas utveckling eller utvecklingen av bilder av platser och besökarnas uppfattning om dem. Själva kodningen och tolkningen är vad som ger bilden av platsen och kulturarvet. När nya influenser utifrån påverkar kodningen och förmedlingen av platsen ger det på samma sätt besökaren en annan bild att tolka och uppfatta. Frågan är även om efterfrågan styr vilken bild man vill förmedla av en plats.

Istället för att anta att effekter av kommersialiseringen påverkar autenticiteten och värdena på kulturprodukter kan en undersökning även lyfta fram konkreta effekter som bekräftar eller förkastar antagandena. Som jag nämnde inledningsvis är min tes att representationen av kulturarvet på platser skiljer sig i den bild som förmedlas. Influenser från dagens senmoderna samhället uppfattar jag påverkar förmedlingen, och det sätt vi tolkar kulturarvet på. På vissa platser innebär det att kulturarvet och platsens historia inte lyfts fram över huvud taget. Det tas för givet. Kulturarvet finns där utan att det behöver lyftas fram. Frågan är vad det ger för effekter i framtiden? Innebär det att en yngre generation växer upp utan att ha kunskap om historien och utan en förståelse för varför samhället ser ut som det gör idag. Påverkar det värdet av kulturarvet och det som betraktas som kulturarv? Tv, film, massmedia i allmänhet kan dessutom påverka vår bild om vad som är värdefullt i samhället idag. Frågan är hur och vad vi värdesätter i framtiden?

Den konkreta förmedlingen och uppfattningen av en plats kan ge oss exempel som är starkt kopplade till teorier kring den nya tidens turism och kommersialiseringen av kulturarvet. Just denna teoretiska utgångspunkt använder jag mig av i min empiriska studie i Grythyttan. Syftet med undersökningen är att lyfta fram de bilder av Grythyttan som förmedlas till besökare, som lokalbefolkningen har av sin plats och som besökarna får av platsen. Intressant med Grythyttan är att det karaktäriseras av det moderna samhället i kontrast till det senmoderna projektet Måltidens hus, vilket i allra högsta grad har påverkat den bild av platsen som förmedlas och uppfattas. Frågan är vilket utrymme det traditionella Grythyttan, kopplingen till Bergslagens järnhantering och en stor del av lokalbefolkningens kulturarv får för plats i samhället? Undersökningen är en del av mitt avhandlingsarbete som syftar till att lyfta fram kulturarvets plats i dagens senmoderna samhälle, d. v. s. vad kulturarvet får för utrymme i dagens samhället som bl. a. karaktäriseras av platslöshet, kommersialisering, globalisering, medialisering och högrörlighet.

Litteraturförteckning

- ✕ Blomkvist, N.. (red.) (1991). *Kulturmiljö. Historien i landskapet*. Utbildningsradion.
- ✕ Britton, P. (1991). Tourism, capital and place: Towards a critical geography of tourism. I *Environment and Planning: Society and Space*. Vol. 9, No. 4, pp. 451–478
- ✕ Cohen, Erik. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. I *Annals of Tourism Research*. Vol. 15. no.3 pp.371–386
- ✕ Crompton, J.L./McKay, A.. (1997). Motives of Visitors Attending Festival Events. I *Annals of Tourism Research*. Vol. 24. no.2 pp.425–439
- ✕ Dicks, Bella. (1999). The view of our town from the hill: Communities on display

- as local heritage. I *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 2, no. 3. pp.349–368.
- ✕ Dicks, Bella. (2000a). Encoding and Decoding the People: Circuits of Communication at a Local Heritage Museum. I *European Journal of Communication*. Vol. 15, no. 1. pp.61–78.
- ✕ Dicks, Bella. (2000b). *Heritage, Place and Community*. University of Wales press. Cardiff.
- ✕ Frykman, J./Löfgren, O.. (1979). *Den kultiverade människan*. Liber. Lund.
- ✕ Fyfe, Gordon./ Ross, Max. (1996). Decoding the visitor's gaze: rethinking museum visiting. I Macdonald, Sharon./Fyfe, Gordon. (eds.) (1996). *Theorizing Museums*. Blackwell Publisher.
- ✕ Giddens, (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället I den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos.
- ✕ Harvey, D.. (1989a). *The Condition of Postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Oxford: Blackwell.
- ✕ Harvey, D.. (1989b). *The Urban Experience*. Oxford: Blackwell.
- ✕ Harvey, D. (1993). From Place to Space and Back Again: Reflections on the condition of postmodernity. I Bird, J./ Curtis, B./ Putnam, T./ Robertson, G./ Tickner, L.. (eds.) (1994). *Mapping the Futures: Local cultures, global change*. London: Routledge.
- ✕ Hetherington, Kevin. (1996). The utopics of social ordering: Stonehenge as a museum without walls. I Macdonald, Sharon./Fyfe, Gordon. (eds.) (1996). *Theorizing Museums*. Blackwell Publisher.
- ✕ Lefebvre, H.. (1991). *The Production of Space*. Blackwell. UK.
- ✕ Liedman, S-E.. (1997). *I skuggan av framtider. Modernitetens idéhistoria*. Stockholm. Bonnier Alba.
- ✕ Light, D./ Prentice, R., (1994). Who consumes the heritage product? i Ashworth, G.J./Larkham, P.J. (eds.). *Building a New Heritage: Tourism, Culture and Identity in the New Europe*. London and New York. Routledge.
- ✕ Lyon, David. (1994). Postmodernitet. Studentlitteratur. Lund.
- ✕ MacCanell, D. (1989). *The Tourist. A new theory of the leisure class*. Schocken books. New York.
- ✕ Macdonald, Sharon./ Fyfe, Gordon. (eds.) (1996). *Theorizing Museums*. Blackwell Publisher.
- ✕ McIntosh, Alison, J./ Prentice, Richards, C.. (1999). Affirming authenticity. Consuming Cultural Heitage. I *Annals of Tourism Research*. Vol. 26, No. 3, pp. 589–612
- ✕ Meethan, Kevin. (2001). *Tourism in global society. Place, culture, consumption*. Palgrave.
- ✕ Nordstedts. (1999). *Nordstedts svenska ordbok*. Språkdata och Nordstedts ordbok.
- ✕ Nordstedts. (2000). *Nordstedts stora engelsk-svenska ordbok*. Tredje Upplagan. Nordstedts Ordbok HB.
- ✕ Nuryanti, Wiendu. (1996). Heritage and postmodern tourism. I *Annals of Tourism Research*. Vol. 23, No. 2, pp. 249–260
- ✕ Prösler, Martin. (1996). Museums and globalization. I Macdonald, Sharon./Fyfe, Gordon.(eds.) (1996). *Theorizing Museums*. Blackwell Publisher.
- ✕ Richards, Greg. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. I *Annals of Tourism Research*. Vol.23, No.2, pp.261–283
- ✕ Riksantikvarieämbetet, (2002). *Kulturarvet som resurs för regional utveckling. En kunskapsöversikt*. Rapport 2002:1. Stockholm.
- ✕ Soja, Edward, W.. (1999). Thirdspace: Expanding the Scope of the Geographical Imagination. I Massey, D./ Allen, J./ Sarre, P. (eds.) (1999). *Human Geography Today*. Polity Press. UK.
- ✕ Tufts, S./ Milne, S.. (1999). Museums. A Supply-Side Perspective. I *Annals of Tourism Research*. Vol.26, No.3, pp.613–631
- ✕ Uriely, Matan. (1996). Theories of Modern and Postmodern Tourism. Ben-Gurion University of the Negev, Israel. Tidskrift på nätet. I *Annals of Tourism Research*. Vol. 24, No. 4, pp. 982–985
- ✕ Urry, John. (1996). How societies remember the past. I Macdonald, Sharon./Fyfe,

- Gordon.(eds.) (1996). *Theorizing Museums*. Blackwell Publisher.
- ✕ Urry, John. (2000). *Sociology Beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge.
- ✕ Waitt, Gordon. (2000). Consuming Heritage. Perceived Historical Authenticity. I *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 4, pp.835–862
- ✕ Wang, Ning. (1999). Rethinkintg autenticity in tourism experience. I *Annals of Tourism Research*. Vol. 26, No. 2, pp. 349–370

Kulturarv, turism och regional utveckling

Jonas Grundberg

Rapport R 2002:9 ETOUR Mitthögskolan i Östersund

Sammanfattning

Rapportens problemfält utgörs av hur olika former av globala utvecklings- och förändringsprocesser i världen påverkar bruket av kulturarv i Sverige.

Bakgrunden till rapporten är att utvecklingen i världen under de senaste 30 åren kännetecknas av en alltmer tilltagande kulturell, social och ekonomisk globalisering. De ekonomiska uttrycken och konsekvenserna av denna utveckling är relativt väl kända. Mindre väl känt är kanske hur denna utveckling även får tydliga konsekvenser för innehållet i och bruket av kultur och kulturarv. Dessa blir alltmer tagna i anspråk för att fungera som resurser för regional utveckling och turism. Den ekonomiska utvecklingen gör att kultur och kulturarv i växande grad produceras och konsumeras som kommodifierade varor, tjänster och fungerar som resurser för image och marknadsföring. Detta representerar en delvis ny ekonomisk logik och är ett drastiskt brott mot tidigare synsätt och perspektiv på kultur och kulturarv som en "icke-kommersiell" eller "icke-ekonomisk" del av ett samhälle.

Hur kultur och kulturarv kan fungera som resurs för regional utveckling och turism är av stort intresse för politisk planering av utveckling och strategi kring kulturarvssektorn och för regional utvecklingsverksamhet i Sverige. Det är naturligtvis även av stort intresse för de olika nationella och regionala organisationer som hanterar kulturarv och turism i Sverige.

Rapporten är upplagd i fem steg och följer följande problemställningar:

- ✕ Vad är kulturarv och hur kan det bäst definieras för att förstås?
- ✕ Hur har kulturarv använts som begrepp och uttryckts i Sverige tidigare? Vilka resultat har tidigare bevarande och bruk av kulturarv haft?
- ✕ Hur förändras världen för närvarande i en globaliserande riktning och vilka följder har det för bruket av kultur och kulturarv?
- ✕ Vilka konsekvenser har denna globalisering för Sverige?
- ✕ Hur används kultur och kulturarv som resurser för utveckling av turism i Sverige, jämfört med ett par närliggande länder – Danmark och Skottland.

Rapportens resultat är i korthet följande:

- ✕ Kulturarvet kan bäst definieras som i första hand det historiebrev som finns i samhället, uttryckt som de kulturprocesser i samhället som hanterar och bearbetar det förflutna i samhället. Dessa är pågående kulturprocesser och uttrycker den samtidsroll kulturarvsförvaltningen har. I andra hand är kulturarvet även det resultat av avslutade kulturarvsprocesser som bildar en materiell kategori av museisamlingar, kulturminnen och -miljöer, m. m.
- ✕ Kulturarvet som begrepp och museiverksamhet grundlades i sin moderna form kring mitten på 1800-talet och fungerade framförallt som ett illustrerande, kulturellt uttryck för den svenska nationstanken. Denna inriktning och verksamhet utsattes inte för några grundläggande förändringar förrän med 1970-talets introduktion av en ny kulturpolitik. Denna nya politik medförde att kulturpolitiken blev ett särskilt eget sakpolitiskt fält som skulle se kulturen som en välfärdsresurs. Under 1970 och 1980-tal utvidgades sakta en tidigare monumentfixerad kulturminnesvård till att bli en inom samhällsplaneringen integrerad kulturmiljövård. Om denna utveckling kan betecknas som en relativt lyckosam utveckling av kulturarvsförvaltningen samhällsroll är utvecklingen av museerna eventuellt mer

tveksam och splittrad. 1970-talets kulturpolitiska inriktning på kulturen som en allmän "icke-kommersiell" välfärdsresurs gäller i stort fortfarande och har inte utvecklats eller förändrats.

- ✘ Den globalisering världen genomgår är av en relativt omvälvande natur och påverkar samtliga ekonomiska, sociala och kulturella förutsättningar för samhällen. Den innebär att den ekonomiska utvecklingen blir alltmer transnationell, alltmer mobil och mindre bunden till specifika platser. För kultur och kulturarv innebär globaliseringen att de laddas upp och används som resurser för både konflikt och utveckling. Den ekonomiska utvecklingen gör att kultur och kulturarv alltmer produceras och konsumeras som kommodifierade varor och tjänster och resurser för image och marknadsföring inom ramen för en delvis ny ekonomisk logik. Detta medför att nationer, städer och regioner konkurrerar allt intensivare med varandra och måste marknadsföra sig som attraktiva destinationer – platsmarknadsföring. Detta, tillsammans med den allt större betydelsen för turismnäring gör att kultur och kulturarv får en allt större roll som resurser för image och attraktionsutveckling för platser.
- ✘ Den globalisering av ekonomi, sociala, politiska och kulturella förhållanden som äger rum i världen sker även i Sverige. På samma vis som i omvärlden finns det en betydande potential för regional utvecklingsplanering att ta tillvara och utnyttja kultur och kulturarv som resurser för social mobilisering, utveckling av image och turism. Uppmärksamheten för denna potentiella möjlighet förefaller dock vara skiftande och relativt lågt utvecklad inom regional planering, kulturarvsförvaltning och turismnäring i Sverige. Synsätt på att använda kultur och kulturarv som resurser för ändamål av ekonomisk, kommersiell art stöter också på betydande motstånd av olika slag. Motstånden kan yttra sig som antingen ren oförståelse inför hur kultur och kulturarv kan vara ekonomiska resurser för marknadsföring, attraktionsutveckling, m. m. inom ramen för en ny ekonomisk logik eller som resurs för turism. Det kan också yttra sig som ett ideologiskt motstånd mot att kultur och kulturarv skulle användas som en resurs för "kommersiella"ändamål.
- ✘ En jämförelse av den utveckling av turism som utvecklats med hjälp av kulturmiljöverksamhet i Sverige, Danmark och Skottland visar att Sverige ligger långt efter i utvecklingen. Detta är samtidigt förvånande med tanke på att Sverige satsar jämförelsevis betydande ekonomiska medel på sin kulturarvsförvaltning och kulturmiljö. Orsakerna kan botten i frånvaron av en nationell strategi för en turism med kulturella inslag i Sverige. Den kan också botten i den ensidigt museala inriktning som svensk, regional kulturmiljöverksamhet har.

Rapporten ingår som ett självständigt delprojekt inom programområdet "Natur och kulturresurser" vid ETOUR, Mitthögskolan. Resultatet av arbetet kommer att användas som underlag för en kommande avhandling kring globalisering, kulturarv och turism.

De flesta av dessa finns tillgängliga från

1. Einar Holm, Ulf Wiberg (Red.) (1995) *Samhälleffekter av Umeå universitet*
2. Örjan Pettersson, Lars Olof Persson, Ulf Wiberg (1996) *Närbilder av västerbottningar – materiella levnadsvillkor och hälsotillstånd i Västerbottens län*
3. Jeanette Edblad (1996, på engelska) *The Political Economy of Regional Integration in Developing Countries*
4. Lena Sahlin, Lars Westin (1996) *Prissättning av subventionerad kultur. Vilka är de internationella erfarenheterna?*
5. Lars Westin, Mats Forsman (1997) *Regionerna och finansieringen av infrastrukturen: Exemplet Botniabanan*
6. Erik Bergkvist, Lars Westin (1997, på engelska) *Estimation of gravity models by OLS estimation, NLS estimation, Poisson, and Neural Network specifications*
7. Niklas Nordman (1998, på engelska) *Increasing Returns to Scale and Benefits to Traffic. A Spatial General Equilibrium Analysis in the Case of Two Primary Inputs*
8. Lars Westin, Niklas Nordman (1998, på engelska) *The dialogue of universities with their partners: The case of Umeå University, Sweden*
9. Robert Sörensson (1998) *Systemanalys av godstransporter. Simulering av en uppgraderad Inlandsbana*
10. Carina Sundgren (1998) *Beräkning av bruttoregionprodukter för Sveriges regioner. En analys av metoduvalet och regionindelningens betydelse*
11. Erik Sondell (1999) *Halvtidsutvärdering av Interreg-projektet Virtual Education Environment MittSkandia*
12. Erik Sondell (1999) *Det regionala uppdraget: En fjärde uppgift?*
13. Örjan Pettersson (1999, på engelska) *Population Changes in Rural Areas in Northern Sweden 1985–1995*
14. Robert Pettersson (1999, på engelska) *Foreign Second Home Purchases: The Case of Northern Sweden, 1990–96*
15. Patrik Asplund, Niklas Nordman (1999, på engelska) *Attitudes toward the Third Mission: A Selection of Interviews from Seven Universities in Sweden*
16. Kent Eliasson, Magnus Johansson, Lars Westin (1999, på engelska) *European Integration: Eastern Europe and the Swedish Regions*
17. Janerik Gidlund, Sverker Sörlin, Susanne Gidlund (2000) *Ensam hemma. Den norrländska elitens nya syn på regional utveckling*
18. Christine Hudson (2000, på engelska) *The University and Regional Reciprocity*
19. Linda Helgesson (2000, på engelska) *Why Some Girls Go to School and Others Don't. A study about girls' education on an upper primary level in northern Mozambique*
20. Hans Åkerlind (2000) *Framtidens stad*
21. Göran Aldskogius (2000, på engelska) *Urban Policy in the Structural Policy of the European Union*
22. Leif Kåpe (2000) *Förändringar i medelstora svenska städer*
23. Örjan Pettersson, Anna Nordström, Linda Rislund (2000) *Utvärdering av LEADER II Stad och Land – Hand i Hand*
24. Sören Olsson (2000) *Stadens attraktivitet och det offentliga stadslivet*
25. Maria Asplund (2000) *Elektronik- och dataingenjörsutbildningen i Pajala, Studentperspektivet*
26. Lars Marcus (2000, på engelska) *On Architectural Knowledge*
27. Henry Etzkowitz, Patrik Aslund, Niklas Nordman (2001, på engelska) *Beyond Humboldt: Emergence of Academic Entrepreneurship in the U.S. and Sweden*
28. Maria Asplund (2001) *Om måluppfyllelsen för Umeå universitets elektronik- och dataingenjörsutbildning i Pajala*
29. Maria Asplund, Anna Nordström (2001) *Utvärdering av SAMS-projektet*

30. Eva Bergdahl, Magnus Rönn (2001) *Planering för funktionsintegrering – problem och utgångspunkter*
31. Maria Asplund (2001) *Ex Ante utvärdering av E12 Alliansen*
32. Olof Stjernström (red.), Stig-Olof Holm, Johan Håkansson, Urban Lindgren, Håkan Myrlund, Jesper Stage, Kerstin Westin, Lars Westin, Ulf Wiberger (2001) *Den hållbara regionen. Om förutsättningar och framtidsmöjligheter för en hållbar samhällsutveckling i Västerbottens län – ett projektförslag*
33. Gemma Francès, Ian Layton, Jordi Rosell, Joan Santana, Erik Sondell, Lourdes Viladomiu (2001, på engelska) *The Measurement of On-Farm Diversification*
34. Johan Lundberg (2001, på engelska) *On the Determinants of Average Income Growth and Net Migration at the Municipal Level in Sweden*
35. Johan Lundberg (2001, på engelska) *A Spatial Interaction of Benefit Spillovers from Locally Provided Public Services*
36. Chris Hudson (2001) *Regionala partnerskap – ett hot mot eller ett förverkligande av demokrati?*
37. Krister Sandberg, Jörgen Johansson (2001, på engelska) *Estimation of Hedonic Prices for Co-operative Flats in the City of Umeå with Spatial Autoregressive GMM*
38. Elin Lundmark (2002) *Fastighetstaxeringsvärdets spridningsmönster i centrala Umeå*
39. Ulf Wiberger (2002) *Hållbarhet i glesa regionala strukturer – exemplet södra Norrlandskusten*
40. Robert Sörensson (2002, på engelska) *Estimation of Interregional Empty Rail Freight Car Flows*
41. Emma Lundholm (2002) *Den sociala ekonomin i glesa miljöer – en teoretisk diskussion*
42. Niklas Bergström (2002) *Kontraurbanisering i Umeåregionen*
43. Ian Layton, Linda Rislund (2002, på engelska) *Socio-Economic Dimensions of Agricultural Diversification in Västerbotten, Northern Sweden*
44. Aurora Pelli (2002, på engelska) *Coping with Innovative On-farm Diversification – a Qualitative Analysis of Farm Household Case Histories from Västerbotten, Sweden*
45. Linda Sandberg (2002) *Rädslans restriktioner – En studie av kvinnors rädsla i Umeå*
46. Martin Paju (2002) *Kulturmiljön och den regionala tillväxten – Länsantikvariernas syn på de regionala tillväxtavtalen*
47. Tõnu Puu, Irina Sushko (2002, på engelska) *A Business Cycle Model with Cubic Nonlinearity*
48. Patricia Morton (2002, på engelska) *Social Life and Urban Form in a Historical Perspective*
49. Kulturarvet som resurs för regional utveckling (2002) *Marianne Nilson, Sven-Olof Lindquist, Birgitta Elfström, Martin Paju, Lotta Braunerhielm, Jonas Grundberg*
50. Tõnu Puu, Anna Norin (2002, på engelska) *Cournot Duopoly when the Competitors Operate under Capacity Constraints*
51. Irina Sushko, Tõnu Puu, Laura Gardini (2002, på engelska) *Business Cycles: The Hicksian Floor-Roof Model Revisited*
52. Johan Lundberg (2002, på engelska) *Using Spatial Econometrics to Analyze Local Growth in Sweden*

Centrum för regionalvetenskap vid Umeå universitet, CERUM, har till uppgift att initiera och genomföra forskning om regional utveckling, bedriva flervetenskapliga forskningsprojekt samt sprida forskningens resultat till skilda samhällsorganisationer. Forskningsprojekten sker i interaktion med de många vetenskapliga discipliner som berör det regionalvetenskapliga forskningsfältet.

Publikationer i serien [CERUM Working Paper](#) är arbetsrapporter som, efter omarbetning, är avsedda för framtida publicering i andra sammanhang. Rapporterna distribueras enbart i begränsad upplaga.



CERUM

CERUM; Umeå universitet; 90187 Umeå
Tel.: 090-786.6079 Fax: 090-786.5121
E-post: regional.science@cerum.umu.se

www.umu.se/cerum

ISBN 91-7305-319-8

ISSN 1404-5362