

VERDSETTING AV ISBREER I EN KONTEKST AV KLIMAENDRING:

En kvalitativ studie av klima basert
på feltarbeid knyttet til Nigardsbreen

HÅKON RANDAL



MASTERGRADSOPPGAVE I SAMFUNNSGEOGRAFI

INSTITUTT FOR GEOGRAFI

UNIVERSITETET I BERGEN

HØST 2009

FORORD

Det har vært en hektisk tid, men som med alt annet kommer også dette til en ende. Gjennom tiden der masteroppgaven ble skrevet har jeg møtt på vanskeligheter og frustrasjoner. Det har vært tider der jeg angret på valg tema, ettersom emnet viste seg å være mer utfordrende enn det jeg opprinnelig trodde. Hvorfor valgte jeg ikke noe mer konkret, noe som vi alle kan relatere oss til, og videre, skjønne nytten av? Særlig i situasjoner der jeg forsøkte å forklare prosjektets innhold til andre oppstod slike selvkritiske tanker, og til tider følte jeg en viss usikkerhet om dette faktisk var et klokt valg av oppgave.

Når en ser tilbake på denne tiden mener jeg likevel at den har vært en god erfaring. Under arbeidsprosessen har prosjektet gradvis blitt mer spennende siden jeg fikk satt meg grundigere inn i temaet. Masteroppgaven er endelig ferdigskrevet, men det er også en side av meg som ville ha jobbet videre mot en dypere forståelse av prosjektets tema. Emnevalg er ikke noe jeg angrer ikke på etterkant. For min egen del har tiden der oppgaven ble skrevet vært lærerikt og interessant. Denne forvirringen som ble beskrevet innledningsvis trenger ikke nødvendigvis å bety at temaet er uvesentlig og rart. Kanskje det illustrerer et behov for ytterligere undersøkelse av akkurat det perspektivet som dette prosjektet har? Jeg håper å få muligheten til å arbeide med lignende tema i fremtiden, siden mine erfaringer knyttet til dette prosjektet har vært positive.

Jeg vil benytte muligheten til å takke min familie: Arnhild, Harald, Sølvi og Viggo Randal. Selvfølgelig takker jeg også mine venner og bekjente, både utenfor og innenfor Institutt for Geografi. Det har da vært muligheter for både seriøse og useriøse samtaler om så mangt. Til slutt vil jeg takke Inger Jøran Birkeland som har vært min veileder for dette prosjektet. Gjennom min veileder har jeg blitt presentert gode råd i form av litteraturtips og konstruktiv kritikk. Dette var bidrag som har vært nødvendige for at jeg kunne gjennomføre akkurat dette prosjektet.

Håkon Randal 2009

ABSTRAKT

Klima er et av de mest, om ikke det mest attraktive området innen forskning i dag. Klimaforskning er noe en vanligvis forbinder med naturvitenskap. Det signaliseres om at det er et behov for at samfunnsvitenskapene skal aktivt involvere seg i klimaspørsmål. Dette er et nødvendig initiativ ettersom effektene av klimaendring vil påvirke samfunnsmessig praksis i et uant antall former. Ved å inkludere samfunnsvitenskaper i klimaforskning vil en kunne kartlegge effekter av klimaendring på samfunnet. Selv om samfunnsvitenskaper begynner å engasjere seg i klima er det fremdeles et lite, eller fraværende fokus på mennesker i seg selv. I dagens klimaforskning, både innen natur og samfunnsvitenskap, dominerer kvantitative tilnæringsmåter. Dette prosjektet tar en kvalitativ tilnærming til klima. Hovedfokuset er rettet mot turisme, et sosialt fenomen med sterk tilknytning til sted.

Prosjektet baseres på datainnsamling ved Nigardsbreen i Jostedalen, en naturlig turistattraksjon lokalisert i et perifert område. Attraksjonen i seg selv er et resultat av en bestemt lokalisering og sin følsomme, men stabile tilknytning til klima. Isbreen er et populært studieobjekt, men er også den mest populære turistattraksjonen i Jostedalen. Gjennom turisme har stedets naturlige karakteristikk, da i form av isbreer, blitt kommodifisert, og er et identifiserende bilde ved stedet i seg selv. I en tid med klimaendringer er isbreer særlig utsatt. Steder som Nigardsbreen, et sted som utgjøres av en marginal form for natur, vil kanskje oppleve de største endringene.

NØKKELOORD: breturisme, fenomenologi, isbreer, Jostedalsbreen, klima, konstruktivisme, kvalitativ metode, natur, Nigardsbreen, rom, samfunn, sted, subjektivitet, turisme

INNHOLDSFORTEGNELSE

<i>FORORD</i>	<i>III</i>
<i>ABSTRAKT</i>	<i>V</i>
<i>INNHOLDSFORTEGNELSE</i>	<i>VII</i>
<i>FIGUROVERSIKT</i>	<i>X</i>
<i>VEDLEGGSOVERSIKT</i>	<i>X</i>
<i>KAPITTEL 1: INNLEDNING</i>	<i>1</i>
<i>1.1 KLIMA: EN AV NATURENS FREMSTE REPRESENTANTER</i>	<i>1</i>
<i>1.2 PROBLEMSTILLING</i>	<i>3</i>
<i>1.3 ISBREER: ET GRUNNLAG FOR KUNNSKAP OG ØKONOMI</i>	<i>5</i>
<i>1.3.1 Isbreer: et resultat av klima og lokalisering</i>	<i>6</i>
<i>1.3.2 Dagens og fremtidens situasjon for isbreer</i>	<i>7</i>
<i>1.4 OPPGAVENS RELEVANS</i>	<i>8</i>
<i>1.5 PROSJEKTETS STRUKTUR</i>	<i>10</i>
<i>KAPITTEL 2: GRUNNLAGSPROBLEMER</i>	<i>12</i>
<i>2.1 EPISTEMOLOGISK GRUNNLAG</i>	<i>12</i>
<i>2.1.1 Fenomenologisk konstruktivisme</i>	<i>13</i>
<i>2.2 HVA ER NATUR?</i>	<i>14</i>
<i>2.3 SAMFUNN-NATURRELASJONER</i>	<i>16</i>
<i>2.5 KONSTRUKSJON AV NATUR</i>	<i>19</i>
<i>2.6 FREMSTILLING AV NATUR</i>	<i>21</i>
<i>KAPITTEL 3: PRODUKSJON AV TURISME</i>	<i>24</i>
<i>3.1 TURISME SOM FENOMEN</i>	<i>24</i>
<i>3.1.1 Hva er turisme?</i>	<i>24</i>
<i>3.1.2 Turisme i praksis</i>	<i>26</i>
<i>3.1.3 Fysiske og sosiale begrensninger innen turisme</i>	<i>27</i>

3.2 TURISME SOM PRODUKSJON AV NATUR	28
3.2.1 <i>Kapitalismens produksjon av natur</i>	30
3.2.2 <i>Kommodifikasjon av ekstern natur</i>	31
3.2 TURISME SOM PRODUKSJON AV ROM	32
3.2.1 <i>Turismens forbruk av sted og rom</i>	35
3.4 TURISME SOM PRODUKSJON AV STED	36
3.4.1 <i>Stedskonseptet og dets definisjoner innen geografi</i>	36
3.4.2 <i>Mytiske rom og stedsmyter</i>	39
KAPITTEL 4: NIGARDSBREEN	42
4.1 NIGARDSBREEN I ET HISTORISK PERSPEKTIV	45
4.1.1 <i>Jostedalsbreen: fra en nødvendighet til rekreasjon</i>	46
KAPITTEL 5: METODISK GRUNNLAG	48
5.1 INTRODUKSJON	48
5.2 FORBEREDELSENE TIL FELTARBEIDET	48
5.3 FELTARBEIDET	49
5.3.1 <i>Intervjuprosessen</i>	50
5.3.2 <i>Informantutvalget</i>	50
5.4 METODER FOR DATAINNSAMLING	52
5.4.1 <i>Valg av informanter</i>	52
5.4.2 <i>Semi-strukturert Intervju</i>	52
5.4.3 <i>Intervjuguide</i>	53
5.4.4 <i>Opptak</i>	54
5.4.5 <i>Transkribering</i>	55
5.5 PRODUKSJON AV DATA	55
5.5.1 <i>Observasjoner</i>	56
5.5.2 <i>Strategi for analyse av data</i>	56
KAPITTEL 6: NIGARDSBREENS VERDI	59

6.1 HVORFOR BESØKE NIGARDSBREEN?	60
6.1.1 <i>Et sted der en kan studere og mestre breer</i>	60
6.1.2 <i>Et sted der en oppsøker og opplever unik natur</i>	61
6.1.3 <i>Et familicært sted</i>	62
6.1.4 <i>Stedets betydninger</i>	63
6.2 HVEM ER REPRESENTERT I INFORMANTUTVALGET?	64
6.3 ERFARINGER KNYTTET TIL NIGARDSBREEN	66
6.3.1 <i>Informantenes erfaringer under besøket</i>	67
6.3.2 <i>Positive og negative aspekter ved besøket</i>	70
6.4 NIGARDSBREEN: DET TILHØRENDE OG DET FREMMEDE	71
6.5 NIGARDSBREENS STEDSMYTE	73
KAPITTEL 7: KVALITATIV PERSEPSJON AV KLIMA	75
7.1 STED SOM INDEKS AV KLIMA	75
7.1.1 <i>Forholdet mellom sted og det kvalitative klima</i>	79
7.2 REPRESENTASJONER AV KLIMA	81
7.2.1 <i>Klima som stedsbilder</i>	83
KAPITTEL 8: STEDSIDENTITET, KLIMA OG SUBJEKTIVITET	86
8.1 OPPSUMMERING	86
8.1.1 <i>Nigardsbreens verdi</i>	86
8.1.2 <i>Kvalitativ persepsjon av klima</i>	88
8.2 ET FORSØK PÅ SYNTESE	90
KAPITTEL 9: EN AVSLUTTENDE DISKUSJON	95
9.1 <i>Praktisk betydning: klimaendring og konsekvenser for turistnæring i Norge</i>	95
9.2 <i>Akademisk betydning: en ny tilnærming til klima innen samfunnsvitenskaplig forskning?</i>	96
REFERANSER	i
LITTERÆRE KILDER	i

<i>INTERNETTKILDER</i>	<i>vii</i>
<i>VEDLEGG</i>	<i>ix</i>

FIGUROVERSIKT

<i>Figur 2.1: Kunnskap som et filter for vår forståelse av natur</i>	<i>22</i>
<i>Figur 3.1: Modell over drivkraften i kapitalistiske system</i>	<i>29</i>
<i>Figur 3.2: Det sosiale roms trialektikk</i>	<i>33</i>
<i>Figur 4.1: Kart over den øvre delen av Jostedalen</i>	<i>42</i>
<i>Figur 4.2: Nigardsbreen og Breheimsenteret</i>	<i>44</i>
<i>Figur 4.3: Nigardsbreens frontposisjoner i perioden 1748-1987</i>	<i>45</i>
<i>Figur 5.1: Tabell over antall informanter og deres nasjonalitet</i>	<i>51</i>
<i>Figur 6.1: Informantutvalgets kategorier</i>	<i>66</i>
<i>Figur 6.2: Nigardsbreens stedmyte</i>	<i>74</i>
<i>Figur 8.1: Interrelasjonen mellom sted, klima og subjektivitet</i>	<i>90</i>

VEDLEGGSOVERSIKT

<i>Vedlegg 1: Samtykkeerklæring - norsk</i>	<i>viii</i>
<i>Vedlegg 2: Samtykkeerklæring - engelsk</i>	<i>ix</i>
<i>Vedlegg 3: Informasjonsbrev - norsk</i>	<i>x</i>
<i>Vedlegg 4: Informasjonsbrev - engelsk</i>	<i>xi</i>
<i>Vedlegg 5: Intervjuguide for besøkende - norsk</i>	<i>xii</i>
<i>Vedlegg 6: Intervjuguide for besøkende - engelsk</i>	<i>xiii</i>
<i>Vedlegg 7: Intervjuguide for lokale næringsdrivende</i>	<i>xiv</i>

KAPITTEL 1: INNLEDNING

Feltarbeidet for dette prosjektet ble lagt til Nigardsbreen, Luster kommune, Sogn og fjordane. Nigardsbreen er i dag et viktig sted for turistnæringen. Breen er også av de mest besøkte og kjente brearmene av Jostedalbreen. Begrunnelsen for hvorfor akkurat dette stedet ble valgt vil bli klargjort i løpet av kapitlet.

Kapittel 1 er en konkretisering av prosjektets mål og rammeverk. Først vil det bli gitt en introduserende diskusjon rundt det overordnede temaet som oppgaven berører. Deretter vil det bli en gjennomgang og klargjøring av prosjektets problemstilling. Videre vil prosjektets relevans bli drøftet. Det vil også bli gitt en kort oversikt av dagens globale situasjon for isbreer, en nødvendig og illustrativ fremgangsmåte som fastsetter prosjektets tema. Til slutt blir disponering av, og struktur for oppgaven presentert.

1.1 KLIMA: EN AV NATURENS FREMSTE REPRESENTANTER

Natur er et begrep som brukes i mange sammenhenger (Castree 2001b; Soper 1995; Williams 1983). Det er et ord som ikke peker mot noe spesifikt, men inkluderer et vidt spekter av det vi mennesker anser som ikke-sosiale fenomener. Natur er dermed det som signifiseres, mens fenomenene i seg selv er naturens signifikanter. Et eksempel på dette er miljøet. Med miljø menes omgivelsene våre i form av ikke-menneskelige aspekter. En sikter da til det biotiske, i form av planter og dyr, men også det abiotiske, i form av mineraler, luft, vann og ulike typer sedimenter (Jones 2004: 2-4). Miljøet representerer bestemte aspekter av naturen, og avgenser natur til noe konkret som vi kan forholde oss til. I denne definisjonen av miljø er natur noe som eksisterer utenfor samfunnet. Det er likevel ikke et fastslått skille for hvor det naturlige miljøet starter og hvor samfunnet ender. Riktignok, det eksisterer konsensus om hvor grensene går, men dette endrer seg fra samfunn til samfunn (Castree 2003b: 284). Klima er et isolert naturlig fenomen, i stor grad isolert fra menneskers erfaringsverden. Denne avgrensningen er mulig gjennom å gjøre klima til et forskningsobjekt. Manipulasjonen av det fysiske skaper et inntrykk av at klima er en selvstendig enhet i naturen, som både påvirker, og påvirkes av samfunnet. Det må understrekes at klima ikke er et fysisk objekt i seg selv, men et

begrepsliggjort fenomen, og av den grunn ikke selvstendig, men et av naturens mange ansikter.

Når det kommer til miljøspørsmål er klima sentralt. Det vies mye tid til klima i samtida, ettersom klima er en konkret utfordring, men samtidig en utfordring av uant størrelse både lokalt og globalt. Oppmerksomheten rundt dette fenomenet peker indirekte på et overordnet tema. Det vil si, forholdet mellom samfunn og natur, eller det menneskelige og ikke-menneskelige. De to sidene er i opposisjon, og innen dette forholdet eksisterer det en ubalanse. Samfunn og natur betraktes ikke som likeverdige ettersom grensene mellom dem er, per definisjon, antropogent fastlagt. I alle spørsmål, angående samfunn eller natur, er mennesket i sentrum. Om ikke spørsmålene konsekvent knyttes til menneskelige interesser, er fremdeles spørsmål vedrørende natur avgjort gjennom menneskelig persepsjon. Spørsmål angående klima kan ikke eksklusivt avgrenses til det naturlige miljøet, men like gjerne anses som samfunnsspørsmål. I slike spørsmål er det sosiale; kultur, politikk og økonomi tilstedeværende elementer i diskusjonen, og dermed blir det vanskelig å hevde at miljøspørsmål er simpelt enn spørsmål om miljø (Castree 2002: 357).

Gjennom tid akkumuleres kunnskap, og av den grunn vil samfunn-naturrelasjoner endres. Med ny kunnskap oppstår det nye spørsmål som ikke fantes tidligere. På mange måter kan natur oppfattes som et problem, et problem som ikke kan unngås, og derfor ikke ignoreres. Tidligere eksisterte ikke nåtidens miljøproblem i politisk diskurs. Årsaker til dette er at problem ikke kunne observeres eller oppfattes på samme måte som i dag, men også fordi dagens problem ble oppfattet som akseptabelt tidligere (Castree 2002: 359). Paradoksalt er samfunn og naturproblemer som oftest separerte selv om de alltid er relatert til menneskelige interesser eller persepsjon. Faktisk, en kan si at problemer oppstår i det øyeblikket mennesker har definert dem. De nåværende naturproblemene har utviklet seg med tiden, for eksempel, dagens klimaproblem eksisterte ikke på midten av 1900-tallet, i likhet med en rekke andre miljøproblemer. Det er særlig fra slutten av 1960-tallet og utover at miljøproblemers status har opparbeidet seg til den posisjonen som de besitter innen vår tids samfunn (Carter 2007: 1-10). Forholdet mellom samfunn og natur er ikke statisk, men forandres kontinuerlig gjennom kunnskap om, og oppfatning av natur og samfunn.

Forståelsen av klima er i stor grad avgrenset til akademiske miljø og eksperter med spesialkunnskap. Det innebærer at klima defineres av et begrenset antall mennesker, og det oppstår et kunnskapsrom der det differensieres mellom eksperter og allmenn persepsjon av klima. På den ene siden er klima noe utenfor samfunnets grenser, og blir et studieobjekt som er distansert fra folk flest. På den andre siden er klima noe som befinner seg på alle steder, til en hver tid, men samtidig noe vi ikke kan sanse direkte (Knebusch 2008). Likevel er klima noe som alle har et forhold til. Det burde derfor være muligheter for å skaffe innsikt i en allmenn oppfatning av klima ettersom fenomenet er noe vi alle må ha et forhold til.

I absolutt forstand vil klimaendring innebære romlig endring, som også er et av geografiens hovedfokus. Romlig endring vil manifestere seg i steder, og dermed blir geografi et meningsfylt utgangspunkt for å forklare, eller forstå klimaendringer. Vanligvis anses klima som en morfologisk agent som enten direkte eller indirekte modifierer den fysiske verden. De fysiske effektene av dette fenomenet er åpenbart knyttet til samfunnet, tross alt, det er mennesker som, gjennom sin anvendelse, både definerer og konstituerer steder og rom. Klimaendringer vil transformere natur inkrementelt fra sin nåværende tilstand til en annen. Det kan også tenkes at vår persepsjon av særskilte steder og rom omarbeides som en følge av slike endringer.

1.2 PROBLEMSTILLING

Problemstillingen består av et hovedspørsmål som blir besvart gjennom tre underspørsmål. Det overordnede spørsmålet kan fremstå som ukonkret, og av den grunn, uten en håndgripelig løsning. De tre underspørsmålene er derfor nødvendig for å besvare prosjektets hovedproblemstilling. Denne arrangeringen av spørsmålene er tiltrengt, fordi, det er først da spørsmålene sees som en helhet at de konvergerer inn mot et meningsfylt tema. Prosjektets problemstilling er som følger:

- HVORDAN FØRER ENDRING AV KLIMA TIL ENDRING I VERDSETTING AV ISBREER?

- 1) *Hvordan kan vi få kunnskap om klima ved å ta utgangspunkt i breturisme?*
- 2) *Hvem besøker Nigarsbreen og hvordan verdsetter de besøkende Nigarsbreen?*
- 3) *Hvorfor er kvalitativ kunnskap om verdsetting av Nigarsbreen viktig og relevant for samfunnet?*

Isbreer brukes av samfunnet på forskjellige måter. Som hovedproblemstillingen indikerer er spørsmålet om verdi sentralt for prosjektet. Verdi er en henvisning til interesse, og i henhold til samfunnets bruk av isbreer, er klima noe som ikke kan unngås. Klimaendringer påvirker verden, men samtidig kan det være vanskelig å forestille seg hva dette egentlig betyr. Hva endres og hvor skjer slike endringer? For å forklare og forstå slike endringer må en ta utgangspunkt i steder slik som vi kjenner dem i dag. Klimaendringer er noe som, etter alt og dømme "finner sted", og slike endringer får en ujevn romlig konsentrasjon. Det innebærer at noen steder vil endres mer enn andre. Hovedproblemstillingens relevans krever dermed at en er selektiv i valget av sted. For å besvare spørsmålet kan utgangspunktet være steder med en marginal og perifer natur, en type natur følsom mot klimaendringer. En slik type natur må også ha nære tilknytninger til samfunnet, eller samfunnet må ha en reell interesse i naturen, mer konkret, hvordan natur i sin nåværende tilstand verdsettes, og hvordan klimaendring kan forandre slike etablerte oppfatninger. Det er her isbreer kommer inn, fordi, isbreers eksistens er kontrollert av klima. De er et naturlig fenomen som oppstår og endres i takt med klimavariasjoner. Samtidig er breer noe mer en bare natur, ettersom de også har klare relasjoner til samfunnet. En studie av dagens verdsetting av isbreer vil være et praktisk eksempel på hva klimaendring kan innebære for samfunnet.

Oppgaven retter oppmerksomhet særlig mot turistnæringens bruk av isbreer. Breturisme er en høyt spesialisert gren innen turistnæringen, og driften baseres på de opplevelser som kan skapes i tilknytning til isbreer. I et samfunnsmessig perspektiv er breturisme et opplagt eksempel på forholdet mellom samfunn og klima. Breturisme skaper et produkt av isbreer, og klima blir indirekte en ressurs i fremstillingsprosessen. Av den grunn kan breturisme være et godt utgangspunkt for kunnskap om klima, siden denne næringen viser en konkret nytteverdi som klima har for samfunnet i dag.

Dette prosjektet tar utgangspunkt i Nigardsbreen, en utløper av Jostedalsbreen, men samtidig en av de mest profilerte attraksjonene i regionen. Årlig ankommer det store besøkstall til området. De tilreisende investerer både tid og ressurser i besøket, og av den grunn må de ha opplagte interesser i området. For å forstå hvordan Nigardsbreen verdsettes må en derfor ta utgangspunkt i de besøkende. Dette er viktig, fordi, en oversikt over hvem som besøker, og hva hensikten med besøket er, vil illustrere hvilken verdi Nigardsbreen har for mennesker. Disse personene vil være en refleksjon av generelle interesser som vi har i Nigardsbreen. De kan sies å illustrere det verdigrunnlaget som Nigardsbreen utgjør i dag.

Klima har til nå hovedsakelig vært forbeholdt naturvitenskapene, men nylig har også samfunnsvitenskapene vist interesse for temaet. Det eksisterer et klart behov for at samfunnsvitenskapene inkluderes i klimaforskning, ved det faktum at en antropogent påvirket klimaendring ikke kan løsriives fra samfunnet. Denne prosessen vil ha opplagte økonomiske sider, siden tiltak for å begrense skadeomfang, og faktiske effekter av natur i endring vil ha et uant kostnadsnivå. I et samfunnsvitenskaplig perspektiv er klima, i stor grad, forbundet med det økonomiske. Underlig nok, selv om mennesker står i fokus er det likevel ikke mennesker som studeres, tvert i mot, en studerer modeller av mennesker. Kvalitativ kunnskap om verdsetting av Nigardsbreen kan belyse en neglisjert, eller ikke-eksisterende side av klimakunnskap. Ved å ta utgangspunkt i hvordan Nigardsbreen verdsettes vil en også få tilgang på verdi i sin ekte form, i motsetning til økonomisk verdi som reduserer verdi til noe kvantifiserbart, objektivt, abstrakt og uekte. I en praktisk forstand kan Nigardsbreen være en kilde til sann kunnskap om klima, med det menes det, en kunnskap som sier noe om hvordan mennesker personlig erfarer klima, men også, et konkret eksempel på hva klimaendring kan innebære for mennesker og steder.

1.3 ISBREER: ET GRUNNLAG FOR KUNNSKAP OG ØKONOMI

Isbreer spiller i dag en sentral rolle innenfor en rekke ulike områder av samfunnsmessig interesse. I akademisk sammenheng er isbreer hovedsakelig et forskningsobjekt innen klimaforskning, en viktig kilde for rekonstruksjon av tidligere nedbør og temperaturforhold, men også sentral for forståelsen av kvartærgeologi. Isbreer som fenomen har også blitt viet sin

egen vitenskap i form av glasiologi, det vil si studiet av isbreer og deres innvirkning på landskapet. Videre kan isbreer sies å være en vesentlig del av ulike terrestriske og akvatiske økosystemer. Brevassdrag påvirker vanntemperatur og avrenningsmønster, og tilfører sedimenter til både elver og vassdrag.

Utenom forskning har også isbreer en åpenbar nytteverdi for samfunnet. Et forhold som kanskje kommer tydeligst til uttrykk gjennom industri, for eksempel, jordbruks- og kraftproduksjon. I Norge kommer 98 % av elektrisiteten fra vannkraft, hvorav 15 % stammer fra vassdrag med breer i nedbørfeltet (Andreassen, Elvehøy & Kjølmoen 2005: 12). For slike industrier kan elver med utspring i isbreer være et grunnlag for produksjon i seg selv. Isbreer kan også sies å ha en kulturell verdi, særlig innen rekreasjon, og blir derfor aktivt markedsført innen turistnæringen. På en generell basis kan det sies at isbreer har innvirkninger både lokalt og regionalt, men omfanget av innvirkning, samt, graden av sammenkobling mellom samfunn og isbreer, er geografisk bestemt.

1.3.1 Isbreer: et resultat av klima og lokalisering

Isbreer er en nøkkelindikator for regionale og globale klimaendringer. Deres eksistens er determinert av lokalisering og bestemte klimatiske parametre. Isbreer må da forstås som et naturlig fenomen som bare kan forekomme innen spesifikke klimatiske soner, noe som gjør dem følsomme ovenfor svingninger i klima. En isbre oppstår i situasjoner der det årlige snøfallet overgår mengden av snø og is som smelter vekk under sommermånedene (Strahler & Strahler 2003: 592). Pålagring av snø skjer i den øvre del av breen (akkumulasjonssonen), mens tap av snø, eller avsmeltning, skjer i den nedre del av breen (ablasjonssonen). Det er likevel enkelte kriterier som må oppfylles før noe skal kunne karakteriseres som en bre. I følge Nesje (1995: 9) må massen av snø og is være i bevegelse for at noe skal kunne kalles en bre, og dette er også det viktigste kriteriet.

Isbreers bevegelse kan observeres gjennom fremstøt eller tilbaketrekning. Dette er igjen bestemt av massebalansen. Det vil si, forholdet mellom pålagring og avsmeltning. I tilfeller der en har akkumulasjon (pålagring) vil isbreen bli tykkere, noe som fører til at brefronten kan gjøre fremsteg. I situasjoner der ablasjon (avsmeltning) er dominerende, vil breen tynnes ut, og brefronten vil være i resesjon (Bradley 1999: 304). Dette forholdet mellom akkumulasjon

og ablasjon kan sies å representere breens budsjett, eller massebalanse. En vil da ende opp med et regnskap, der akkumulasjon vil innebære profitt og ablasjon utgjør tap (Dahl, Lie & Nesje 2002: 23).

En isbre er alltid unik, og av den grunn vil breer reagere ulikt på klimasvingninger. En bres årlige variasjon er avhengig av breens form, med det menes det, tykkelse og bredde, men også geografisk lokalisering i henhold til et maritimt klima (fuktige forhold) eller kontinentalt klima (tørre forhold). Topografi er også viktig ettersom kan være avgjørende for vindforhold og tilgangen på nedbør (Dahl, Lie, Nesje & Nordli 2003: 22). Noen breer vil reagere raskere enn andre, for eksempel, korte og bratte breer vil respondere raskere enn lange og slake breer. Langvarige endringer i massebalansen medfører bevegelse av brefronten, en indirekte, forsinket og forsterket respons på klimaendringen. Dette kalles for responstid, altså, det tar en viss tid før breen beveger seg frem etter den har fått tilført masse (Dahl, Lie, Nesje & Nordli 2002: 22). Hver enkelt bre vil igjen ha en ulik responstid. Vi kan derfor ikke bruke en enkelt isbre som en garanti for å forklare hvordan en annen isbre vil oppføre seg.

1.3.2 Dagens og fremtidens situasjon for isbreer

I Europa har brearealet i Alpene blitt redusert med 50 % siden 1850, og innen 2050 kan andelen ha økt til 75 %. I Nord-Amerika kan tilstanden også sies å være alvorlig. Canada og USA har nå et kraftig redusert breareal. Det totale arealet blitt redusert fra ca. 1/3 av hva det var i 1850. Blant annet har Glacier National Park på den amerikanske vestkysten blitt redusert fra 100 km² til ca. 27 km². I Asia er det observert en rask tilbaketrekning av 70 % av breene i Himalaya, noe som har uante sosiale følger, ettersom isbreer kan anses som en viktig vannressurs. (Nesje 2006: 14).

Omtrent 1 % av landarealet i Norge er dekket av isbreer (Andreassen, Elvehøy & Kjøllmoen 2005: 12). Totalt er det samlede arealet av breer 2609 km², og det totale brevolumet er 164 km³. Til sammen fordeler arealet seg på 1627 isbreer. De 34 største breene utgjør 2 % av det totale antallet breer i Norge, men dekker et areal på 1800 km², det vil si 68 % av det totale arealet, og utgjør videre et brevolum på 114 km³ (Bakke, Dahl, Lie & Nesje 2006: 22). Norske breer blitt redusert siden 1700-tallet. Gjennom 1900-tallet har det vært perioder med vekst, men veksten har vært geografisk begrenset. Innlandsbreene har trukket seg tilbake gjennom

hele perioden, mens breene på Vestlandet, altså, maritime breer har hatt både perioder med pålagring og tilbaketrekning. Særlig på 1990-tallet har de maritime breene hatt fremstøt grunnet store nedbørmengder om vinteren (Nesje 2004: 25). Siden 2000 har derimot breene på landsbasis hatt betydelig tilbaketrekning (Andreassen, Elvehøy & Kjølmoen 2007: 9).

Klima er ikke absolutt. Til en hver tid vil det være klimatiske fluktuasjoner. En bre vil derfor alltid være i en tilstand av ekspansjon eller regresjon. De generelle tendensene tilsier likevel at breer er på sterk tilbakegang. Endringene varierer geografisk, noe som gjør at effektene på isbreer varierer globalt. RegClim, et forskningsprosjekt ment for å skape scenarioer for klimautvikling i Norden, har kommet frem til et scenario der den årlige gjennomsnittstemperaturen i Norge vil stige mellom 2,5-3,5 °C i perioden frem til 2100 (RegClim 2005: 10). Hvis dette er tilfelle vil Norges isbreer bli kraftig redusert. Om en går 8000-4000 år tilbake i tid var gjennomsnittstemperaturen 1-2 °C varmere enn den er i dag. Dette var også en tid der de fleste norske breer var sterkt redusert eller borte. Blant annet, Jostedalsbreen var bortsmeltet for 7600 år siden, et tidspunkt der sommertemperaturen var 0,7 °C høyere enn i dag (Bakke, Dahl, Lie & Nesje 2006: 24). Satt inn i perspektiv vil et scenario med 2,5-3,5 °C økning innebære at 98 % av breene i Norge smelter vekk, og at 30-40 % av det totale brearealet forsvinner innen 2100 (Bakke, Dahl, Lie & Nesje 2006: 22).

1.4 OPPGAVENS RELEVANS

Ut i fra spørsmålene i problemstillingen kan prosjektet hovedsakelig sies å ha relevans innen to områder. 1) Hovedproblemstillingen fokuserer på verdi, et ord som ofte forbindes med det økonomiske. En prioritet i dagens forskningslandskap er at noe vies interesse dersom det innehar et potensial for økonomisk vekst og økt sysselsetning. En bør spørre seg selv; bør verdi automatisk betegnes som økonomisk? Prosjektet tilbyr et konkret eksempel på utfordringer knyttet til klima for turistnæringen i Norge. Ettersom oppgavens perspektiv er kvalitativt kan en også få dypere kunnskap om hva faktiske isbreers verdigrunnlag kan være. Dette kan også gjøres gjennom et kvantitativt utgangspunkt, men verdi reduseres ofte da til økonomi; noe abstrakt og målbart. Et kvalitativt utgangspunkt er viktig siden tilreisende søker kvaliteter, og det er akkurat slike kvaliteter som utgjør grunnlaget for det økonomiske utveklingsforholdet som eksisterer mellom tilbydere og kjøpere innen turistnæringen.

2) Prosjektet er også rettet mot akademia. En kvalitativ tilnærming til klima er, per i dag, en sjeldenhet, eller ikke-eksisterende. Dette prosjektet forsøker å presentere en potensiell samfunnsvitenskaplig tilnæringsmåte til klima. En slik tilnærming er muliggjort gjennom et fokus på isbreer. Dette er mulig gjennom at oppgaven har et tydelig fokus på samfunn-naturrelasjoner, mer spesifisert, et empirisk eksempel på en samfunn-klimarelasjon.

I dag har alle fysiske og sosiale aspekter av verden en potensiell markedsverdi. Et eksempel kan være det Urry (2002: 1-15) betrakter som *The tourist gaze*. I henhold til turisme er samtlige sosiale og fysiske egenskaper noe som kan omskapes til produkter. Verdi er derimot noe en ikke bør ta for gitt, ettersom verdi er både flyktig som konsept, og ustabil i sin praktiske bruk. Alt har verdi, men verdi i seg selv er ikke en iboende kvalitet i objekter. Verdi er menneskelig, et avgjørende og alltid tilstedeværende element for menneskelig praksis, ikke noe som oppstår *ex nihilo*. Det kan sies å være en egenskap som er bestemt av, og bestemmer menneskelig praksis. Med andre ord, verdi er dynamisk og ikke statisk. Praksis er noe som endrer seg over tid, og av den grunn vil også verdi endre seg.

I dette prosjektet fokuseres det på natur, og spesifikt isbreer, et fenomen som oppstår naturlig. Dette fenomenet blir, som innledningsvis fortalt, verdsatt på forskjellige måter innenfor samfunnet. Naturen har dermed ikke en konkret verdi i seg selv, og av den grunn er ikke natur bare naturlig (Soper 1995). Naturens verdi er sosialt konstruert, et argument som i stor grad gjenspeiles i dagens virkelighet, i den forstand at dagens verden er en økonomisk verden. Natur står sentralt i en hver verdiskapning, enten som en bearbeidet ressurs i et produksjonssystem, eller som det endelige produktet i seg selv. Natur kan derfor sies å ha en verdi direkte knyttet til det monetære, og vil til en hver tid besitte et økonomisk potensial (Castree 2001b). Harvey (1993: 4-11) utdyper hvordan og hvorfor naturens verdi kan knyttes opp mot det økonomiske. Det er viktig å poengtere at økonomi ikke er den eneste måten som natur kan verdsettes på. Det eksisterer også alternative måter som natur kan verdsettes på, for eksempel gjennom et miljømessig, økologisk eller estetisk perspektiv. Slike alternative syn er likevel problematiske, særlig fordi de ikke besitter den graden av uniformitet som allerede eksisterer i det monetære. Penger fungerer som et universalt språk; en kommunikasjonsmåte vi alle behersker. Det monetære opererer som en kvantitativ merkelapp på produkter, og er en praktisk løsning på å uttrykke utvekslingsforholdet fra et objekt til et annet. Gjennom penger reduseres det subjektive; følelser, meninger og behov, til en felles objektiv måleenhet. Verdi

er fremdeles noe mer enn dette, og kan strengt tatt ikke simplifiseres til noe monetært. Forholdet mellom det som verdsettes og verdsetteren er ikke dualistisk, men dialektisk. En kan da spørre seg; verdi for hvem, og hvorfor? Spørsmålet om naturens verdi kan derfor ikke besvares uten å inkludere mennesker.

1.5 PROSJEKTETS STRUKTUR

Kapittel 2 er en ontologisk diskusjon av temaet for prosjektet. Det er en nødvendig diskusjon rundt sentrale konsepter og begreper som både, direkte og indirekte benyttes i prosjektet. Først blir det redegjort for oppgavens epistemologiske standpunkt. Deretter vil konseptet natur, forholdet mellom natur og samfunn, og filosofisk konstruksjon av natur bli diskutert. Til slutt vil det drøftes hvordan natur fremstilles, særlig forskningsperspektiv vektlegges her, ettersom kunnskap om natur er sentralt for oppgavens tema. Kapitlet kan sies å ha et underliggende fokus på objektive og subjektive forståelser av natur.

Kapittel 3 er en gjennomgang av det teoretiske rammeverket for prosjektet. Starten av kapitlet fokuserer på turisme som et fenomen og en næring. Fenomenet må da forstås som et system som både produserer og konsumerer steder, rom og natur på sin egen måte. Deretter vil det bli forklart hvordan natur produseres, altså, natur kan anses som et produkt i seg selv for moderne samfunn. Dette avsnittet er en videreføring av den ontologiske diskusjonen om samfunn-natur som fant sted i kapittel 2. Kapitlet fokuserer mye på sted og rom som konsepter, og hvordan de er knyttet til hverandre. I første omgang vil rom bli diskutert, og den resterende delen av kapitlet fokusere på stedskonseptet, dets relasjon til rom og bruksområder innen geografi. Alle avsnitt i dette kapitlet kan knyttes opp mot turisme. En slik sammenkobling er viktig ettersom prosjektet fokuserer på koblinger mellom samfunn og klima. Turisme er da et konkret eksempel på dette.

Kapittel 4 vil kort beskrive Nigardsbreens naturlige og sosiale sider. Det blir gitt en historisk gjennomgang av tiden der stedet gikk fra å være et ufremkommelig og isolert område, til en tid der ferdsel på breen ble gradvis institusjonalisert og kommersialisert til å fremstå slik som vi kjenner stedet i dag. Dette er viktig for å illustrere stedets nåværende tilstand og relasjon til andre steder.

Kapittel 5 er en gjennomgang av prosjektets metodiske grunnlag. Først gjennomgås praksis i felt: valg av sted for intervju, beskrivelse av intervjuprosessen i seg selv, forberedelser til feltarbeidet, og en kort presentasjon av informantutvalget. Deretter blir metodene presentert. Metodikken kan bli delt opp i to deler. 1) metoder i felt: valg av informanter, semi-strukturert intervju, intervjuguide, opptak og transkribering. 2) Strategi for analyse av data: observasjoner, begrep og kategorier, metaforer, denotasjoner og konnotasjon.

Kapittel 6 vil konsentrere seg om spørsmål 1 og 2 fra problemstillingen. Det blir da fokusert på Nigardsbreen: hvordan informantene erfarer stedet, hva slags verdi stedet har for dem, og hva som er grunnlaget for denne verdien. Videre blir informantutvalget kategorisert, og hver kategori representerer personer med ulike interesser i stedet. Det vil da bli vist hva informantene har av interesse i Nigardsbreen som sted, hva de synes er positivt og negativt med stedet og opplevelsen, men også hva som utgjør Nigardsbreens verdigrunnlag. Det er også inkludert et avsnitt som fokuserer på Nigardsbreen og tilbydere, dog kapittelet i har et sterkt fokus på de besøkende.

Kapittel 7 er delvis rettet mot spørsmål 3 fra problemstillingen. Hovedsakelig vil oppmerksomheten vies til hvordan sted kan anses som et ankerpunkt for en kvalitativ forståelse av klima. Dette skal oppnås gjennom informantenes uttalelser. Diskusjonen vil da ofte distansere seg fra Nigardsbreen, men dette er også nødvendig. Kapittelets diskusjon vil være sentral for den kommende diskusjonen i kapittel 8 der Nigardsbreen vil kunne knyttes til funn fra kapittel 7.

Kapittel 8 er kapittelet der problemstillingen i sin helhet skal drøftes. Først og fremst er kapittelet ment som en forlengelse, og videre, en syntese av kapittel 6 og 7. Det starter med en oppsummering av funn fra kapittel 6 og 7. Endelig er det etablert et grunnlag for å kunne svare på hovedproblemstillingen. Dette blir gjort gjennom å forene de tre underproblemstillingene i en diskusjon. I diskusjonen vil det fokuseres på forholdet mellom stedsverdi og klima, og hvordan det er vanskelig å adskille de to. Særlig vil figur 8.1 spille en sentral rolle, ettersom den visualiserer validiteten i et sådant argument.

Kapittel 9 er en avsluttende diskusjon rundt prosjektets betydning. Dette kapittelet er også knyttet til den tredje underproblemstillingen, og fungerer også som en konklusjon.

KAPITTEL 2: GRUNNLAGSPROBLEMER

2.1 EPISTEMOLOGISK GRUNNLAG

Et forskningsprosjekt er alltid knyttet til filosofiske antakelser. Den filosofiske basisen vil videre avgjøre hvilke metodologiske perspektiver en kan ta i bruk. Filosofi er for forskning like viktig som grammatikk er for språk (Graham 2005: 10). En forsker tar alltid filosofiske valg, enten bevisst eller ubevisst. Det er noe som ikke kan unngås, og på et tidspunkt må en avgjøre hva prosjektets filosofiske perspektiv er. Filosofi, teori og metode er gjensidig avhengig av hverandre, og innen et forskningsprosjekt kan ingen av delene tilsidesettes. Dette prosjektet vektlegger kvalitative metoder. Det subjektive står i sentrum, og av den grunn har en allerede luket ut enkelte epistemologiske retninger. Prosjektets formål er å få innsikt i informantenes erfaringsverden. Et logisk epistemologisk valg for prosjektets tema er derfor et konstruktivistisk perspektiv. Konstruktivismen er ikke en homogen epistemologi. Det eksisterer en variasjon av ulike former for konstruktivismen. De kan ha forskjellige fokus, men det finnes også en forende kjerne i blant dem; alle fokuserer på kunnskap.

Sannhet og de fakta som skaper sannhet er ikke selvsagt. Observasjoner i en vitenskapelig kontekst kan ikke foretas uavhengig av sosial påvirkning og førforståelser. Verdien av akademisk og sosial sannhet er derfor ikke definert av den graden de samsvarer med verden utenfor dem (Demeritt 1996: 484-485). Kvintessensen i konstruktivistisk tankegang er sentrert rundt påstanden: en ikke skal ta sannheten for gitt, og ting er ikke nødvendigvis slik som de ser ut som. I dette prosjektet har fenomenologisk konstruktivismen blitt benyttet som et epistemologisk grunnlag. Dette vil bli grundigere forklart i avsnitt 2.1.1.

Metodologiske valg er, og vil alltid være, filosofiske valg (Graham 2005: 12). I teorikapittelet brukes det, i stor grad, kilder der marxistiske tenkemåter blir vektlagt. Bruken av denne formen for sosial teori er relevant og praktisk for å besvare prosjektets problemstilling. Hvis en snakker om aktiviteter i et kapitalistisk rammeverk, samt, hvordan natur vurderes og defineres, er et marxistisk perspektiv en nyttig måte å forstå det store bildet på. Gjennom en sosial teori basert på marxisme kan en konkretisere hvordan natur skapes, produseres og verdsettes i kapitalistiske samfunn (Castree 1997). Det vil være fruktbart i den forstand at våre

ideer om natur er forankret i ideologi, hegemoniske meninger, diskurser og epistemer (Castree 2004: 192).

2.1.1 Fenomenologisk konstruktivisme

Fenomenologi er et epistemologisk standpunkt som retter seg mot den måten mennesker forstår fenomener. Grunntanken i fenomenologi er at all kunnskap er subjektiv (Johnston 1984: 56). Det er viktig å fastslå at fenomenologi ikke er relatert til solipsisme. Det er alltid et fokus på intersubjektivitet, altså, fenomener kan forstås som en sosial konstruksjon relatert til et segment av befolkningen i samfunnet (Pickles 1988: 252). Erfaring skapes gjennom kognitive prosesser, det vil si, sanseinntrykk, men dette innebærer også det intellektuelle; følelser, minner, vurderinger og konkret praktisk håndtering (Hansen & Simonsen 2004: 65). Dersom vi vil forstå hvordan det materielle, sosiale relasjoner, og kulturell rasjonalitet er relatert til hverandre, må en ta utgangspunkt i de subjektene som de tre dimensjonene blir eksponert for. Det betyr at alle fenomen som kan oppfattes, må oppfattes av noen (Hansen & Simonsen 2004: 144). Hovedfokuset i fenomenologi er derfor forståelsen av hvordan menneskelig aktivitet er knyttet til meningen som enkeltindivider har til sin erfaringsverden (Johnston 1984: 58). Fenomenologer hevder at verden i seg selv ikke kan betraktes som objektiv, men den er knyttet til menneskets bevissthet. All kunnskap er utviklet gjennom det som kalles erfaringsverden, og kunnskap kan derfor ikke eksistere uavhengig og utenom våre erfaringsfiltre (Holt-Jensen 1990: 110).

Et objekt er noe som kan eksistere utenfor sinnet. Et fenomen er derimot hvordan et objekt oppfattes og forstås gjennom sansene. Fenomen må derfor oppleves for å kunne beskrives. Virkeligheten er noe som vil være til stede utenfor sinnet, men for oss mennesker blir virkeligheten en samling av fenomener. I fenomenologi tar en ikke utgangspunkt i objektene i seg selv. Her tar en avstand fra at den levde verden er homogen, og derfor er objekter er noe en ikke kan ta for gitt. Fra et fenomenologisk perspektiv vil en påstand om objekters universelle verdi bli betraktet som naiv. I stedet for blir objekter regnet som fenomener, eller som komponenter av andre og mer omfattende fenomener. De blir da erfaringsobjekter (Pickles 1988: 237). Objekter har ikke en egen verdi i seg selv, men de oppnår først verdi når de relateres til andre objekter, og det er gjennom denne prosessen at mennesker definerer et objekts verdi. Verdien oppstår gjennom de erfaringene som skapes når det er samspill mellom

mennesker og objekter. Vi sikter da til subjekters bruk av, eller interaksjon med objekter (Hansen & Simonsen 2004: 66). Verden er derfor et resultat av et gjensidig forhold mellom objekter og subjekter. Uten mening er det ikke grunnlag for aktivitet, og på samme måte kan det sies, uten aktivitet finnes det ikke meningsskapende system.

Natur er et overordnet begrep som inkluderer uendelig mange andre begrep. Det fungerer som en signifikant for en rekke underordnede fenomener og objekter. Om noe er konseptuelt, vil det også bety at det er et kognitivt produkt, ikke nødvendigvis konkrete sannheter som gjenspeiler hvordan virkeligheten egentlig er. Innen fenomenologi tar en utgangspunkt i at natur ikke er en ontologisk sannhet, men en subjektiv konstruksjon. Ulike konsept rundt natur vil derfor ikke være universale representasjoner av det samme, men kulturelle konstruksjoner med ulik utbredelse i det geografiske rom. Vi snakker derfor ikke om virkeligheten som et unikt objekt, men om virkeligheter, altså, i flertall. Den naturlige verden blir dermed konstruert av det menneskelige sinn, eller av det vitenskapelige samfunnet (Holt-Jensen 1999: 127). En fenomenolog er ikke nødvendigvis ute etter å endre eller bedømme verden, men å beskrive den slik som den fremstår gjennom tolkning. En kan derfor ikke avdekke ”sannheten” om den fysiske verden, men sannheten slik som den fremstår blant grupper innad i samfunnet. I fenomenologi tar en ikke utgangspunkt i at konsepter faktisk stemmer med virkeligheten, eller at sosiale grupper faktisk har tilgang på sannheten, men hvordan sannheten fremstår for slike grupper (Demeritt 2002: 771). Som analytiker av andres opplevde verden kan det være vanskelig å definere sannhetskriterier, og videre, validitet i de resultatene som skapes gjennom forskningsprosessen. Ulike analytikere, med de samme forutsetningene, kan gjerne komme frem til forskjellige resultater. Virkeligheten er derfor avgrenset geografisk og sosialt, og når alt kommer til stykket, er en avhengig av intersubjektivitet. Analysen av andres erfaringsverden vil dermed få validitet i den grad resultatet appellerer til en bestemt kulturell rasjonalitet.

2.2 HVA ER NATUR?

I geografi bruker en ofte natur og samfunn som et utgangspunkt for diskusjoner. En tradisjonell forståelse er at begrepene er adskilt og bør studeres separat, og derfor en har samfunns og naturvitenskaper. Oppfatningen av hva som er naturlig/kunstig, samfunn/natur,

subjektiv/objektiv er alltid under utvikling, og kan derfor sies å være sosiale konstruksjoner. I henhold til natur betyr dette at verden er hva den er, selv uten mennesker. Vi kan kategorisere verden, men hva vi definerer som natur er sosialt betinget. Ettersom natur kan oppfattes på mange måter vil det også være rimelig å anta at objektiv forståelse og formidling av natur er problematisk. Ved å stille spørsmål om vår anvendelse av epistemologi, samt parametrene til ontologiske objekter, kan vår oppfatning av natur endres. En vanlig forståelse av natur kan være: alt det som ikke er skapt av mennesker. Per definisjon vil vårt konsept av natur fremstå som et produkt av en intersubjektiv konstruksjon. Vi snakker ikke om natur som et objekt i seg selv, men som et konsept, eller ideer som vi knytter opp mot ordet natur.

“We can never escape the prison of language to know if our conceptual constructions of nature correspond to how it actually is” (Demeritt 2002: 774). Dette utsagnet refererer til begrensningene innen språk som medium for formidling av virkeligheten. Samfunnet skaper ideer om hva natur er. Slike konsept brukes til å definere ”naturlige” objekter, samt, karakteristikk og egenskaper ved slike objekt. Gjennom språk kan konsepter avgrensnes til å representere eksakte naturlige eller sosiale fenomen. Det betyr ikke at slike konseptuelle representasjoner faktisk stemmer overens med hvordan ting egentlig er. Natur er et komplisert konsept med ulike betydninger og bruksområder. Det er et begrep som brukes mye, men det brukes i mange situasjoner, noe som gjør konkrete avgrensninger av natur vanskelig.

Williams (1983: 219) definerer natur på følgende måte:

- i) The ontological essential or necessary quality of something.*
- ii) The inherent force which directs either the world or human beings or both. Insofar as these natural laws, in sense of (ii), determine the quality and nature, in the sense of (i), of something, there is some overlap between nature (i) and (ii).*
- iii) The external world itself (e.g. the natural world).*

Definisjonene fra Williams viser at natur er et komplisert begrep med mange direkte og indirekte implikasjoner. Når en snakker om natur kan det derfor forekomme overlapping av forskjellige betydninger, i og med at ulike betydninger kan være aktiv på samme tid.

Castree (2001a: 6-8) beskriver tre typer natur i form av: ekstern natur (external nature), iboende natur (intrinsic nature), og universal natur (universal nature). Ekstern natur referer til

den ikke-menneskelige verden. Vi snakker da om det vi kaller for miljøet. Om vi trekker paralleller til Williams vil dette referere til: iii) den eksterne verden, altså, den naturlige verden. Iboende natur referer til det naturlige som en kvalitet i seg selv. Det vil si, vi snakker ofte om at ting er naturlig eller unaturlig. Slike kvaliteter kan være en del av ekstern natur, men like gjerne sikte til menneskelig oppførsel, eller menneskelig "natur". Om en sammenligner dette med Williams definisjoner blir dette: i) ontologiske kvaliteter av noe. Universal natur innebærer et holistisk perspektiv på natur. Natur blir regnet som virkeligheten i seg selv, og dermed er alt innlemmet i natur. Vi er derfor alle en del av et globalt naturlig system. Universal natur blir en motsetning til ekstern og iboende natur. Kjernen i universal natur er på mange måter økosentrisk, og naturen er ikke lenger objektivisert, men blir regnet som en selvstendig livsform, og får dermed endret sin status fra objekt til subjekt.

2.3 SAMFUNN-NATURERELASJONER

En kan tolke verden gjennom naturvitenskap og samfunnsvitenskap. I fra en annen synsvinkel vil dette bety, det materialistiske og det sosiale, eller det menneskelige og ikke menneskelige, veldig forenklet, det subjektive og det objektive (Whatmore 2002: 1). Gjennom teknologi og forskning produseres det ny kunnskap om naturen. Denne tilstanden av konstant refleksivitet kompliserer forholdet mellom samfunn og natur. Vanligvis vil en si at samfunn og natur er separate sfærer. Vi tenker ofte på samfunn og natur som motsetninger, to forskjellige utgangspunkt for å tolke verden.

Språklig er samfunn og natur to distinkte ontologiske objekter. Alt som verden består av vil bli knyttet opp i mot samfunn eller natur. Vi kunne derfor tro at verden er svart hvitt, og dens innhold ikke er vanskelig å definere, siden alle ontologiske objekter kan enten katalogiseres som sosiale eller naturlige. Selv om det er et klart konseptuelt skille mellom samfunn og natur er det likevel vanskelig å avgrense dem i praksis. Den moderne verden opererer med en virkelighet bestående av to separate domener, en virkelighet der samfunn og natur eksisterer uavhengig av hverandre. Denne separasjonen er mulig gjennom lingvistisk, men i praksis er en slik separasjon er vanskelig. Mennesker påvirker naturen gjennom bruk, mens naturen påvirker oss, for eksempel, gjennom ekstremvær og naturkatastrofer.

I Vesten har naturen vært ansett som en ressurs som kan brukes, eller misbrukes av samfunnet. Naturen var noe usivilisert og utemmet som lå utenfor samfunnets landemerker, og det var derfor opp til mennesker å sivilisere, eller forme naturen til noe samfunnsnyttig. Det vil si, noe som kunne eksistere innenfor samfunnets grenser. Naturen har også blitt sett på som et maskineri uten menneskelige eller intelligente egenskaper, og burde derfor være underlagt mennesker. I motsetning kan samfunnet bli ansett som noe levende.

Naturen oppfattes ofte som en utømmelig kilde til råstoff, en selvfølge, noe en tar for gitt. Etter hvert har det kapitaldrevne samfunnet blitt identifisert som kanskje naturens verste fiende, og naturen må derfor beskyttes mot kapitalistiske interesser. En har da skapt enkelte fredede områder som fungerer som fristeder for naturen. Dette innebærer også at noen områder blir ansett som spesielle, mens andre områder ikke er spesielle, og må derfor ekskluderes fra verneplaner. For at områder skal bli preservert er det nødvendig at de besitter en naturlig nisje (for eksempel, at området har unik økologi). Dette resulterer i at noen områder blir ansett som å være unike, mens de fleste blir generelle. De blir da som en øy i rom og tid (Katz 1998: 54). Den miljøpolitikken som føres i dag er bygget på malthusiansk tankegang. Da menes det at naturen har en absolutt grense, og er ikke en fornybar og utømmelig ressurs. Kapitalistiske interesser vil på et tidspunkt føre til overforbruk som igjen kan føre til en permanent degradasjon av landområder.

Det er viktig å understreke at begrepet natur er en sosial konstruksjon. I konstruksjonen av natur er det tre ting som har endret seg. Forandringene har skjedd som et resultat av kulturelle endringer. Dette har igjen påvirket hvordan natur står i relasjon til samfunnet. Lash & Urry (1994: 297-298) never tre vanlige syn på natur i dagens samfunn:

- 1) I nyere tid har natur fått en større sentimental verdi innen samfunnet. Mennesker har et formynderansvar ovenfor naturen. Det har blitt rettet et større fokus mot natur, og det naturlige i seg selv anses som verdifullt. Naturen må derfor beskyttes og konserveres. Mennesket er ikke lengre en motsetning til naturen som det var tidligere, mennesket er nå et element som eksisterer innen naturens rammer.
- 2) Vitenskap har stor betydning for hvordan vi forholder oss til natur. Vitenskap i seg selv er ikke nødvendigvis noe positivt. Tvert om, teknologien og vitenskaper er roten

til problemer, ikke løsninger som mange tror. Dette sammenfatter en polarisering mellom to konkurrerende syn, det vil si, forholdet mellom det teknosentriske og økosentriske.

- 3) Naturen har blitt tilegnet organiske karakteristikk. Jorda er da ansett som en superorgansime som alle er en del av, og det er vårt ansvar at den fungerer som den skal. Vi kan si at naturen har skiftet status fra objekt til subjekt. Verden har også blitt holistisk, et globalt verdenssamfunn som vi alle er en del av.

Det er to grove kategorier for vern av natur. Den ene er vern preget av estetiske motiv. Dette fører også til svært subjektive definisjoner av hva som skal konserveres. Den andre typen vern er preget av vitenskaplige motiv der er en opptatt av å verne miljø, arts mangfold, og biodiversitet i et bestemt område. Det er viktig å huske på det ikke eksisterer en absolutt natur. En finnes ikke planter og klima som tilhører et sted i definitiv forstand. Dette er relativt i henhold til en bestemt type natur i en geografisk og historisk kontekst (op.cit.: 302). Vern av natur har også blitt institusjonalisert. En finner stratifiserte regelverk for hvordan samfunnet skal forholde seg til sin ontologiske motpart. På lokalnivå eksisterer det grasrotbevegelser, samt, vi som enkeltindivider gjør ting på eget initiativ. På regionalt og nasjonalt nivå kommer staten inn med regelverk til hvordan en skal forholde seg til natur. Det er også bestemmelser på et globalt nivå som nasjoner og multinasjonale selskap må forholde seg til (Castree 2002: 360).

Samfunnet oppfatter natur gjennom ulike linser. De ulike formene for betraktning kan sies å være grunnlaget for hvordan det fysiske miljøet behandles. Det er ikke slik at samfunnet tar utgangspunkt i en bestemt modell i henhold til samfunn-naturrelasjoner. Det er vanlig at en kombinerer ulike perspektiv for å skape en måte å forholde seg til det fysiske miljøet på. Urry (1995: 174) definerer fire idealtyper:

- Stewardship: Innbærer at en bevarer og vedlikeholder områder slik at de kan arves av kommende generasjon.
- Exploitation: En ser natur som separat fra samfunnet, og naturen blir verdsatt som en kilde til for ressurser som kan utnyttes.

- Scientisation: Naturen er sett på som et objekt som studeres vitenskapelig, og en kan derfor begrense og regulere andre former for bruk av det fysiske miljøet.
- Visual consumption: En konstruerer landskap som ikke nødvendigvis er en del av en produksjonsprosess, men slike landskap vil ha en estetisk verdi.

Urry (1995: 173) hevder at det fysiske miljøet blir lest. Det dette mener han at det fysiske miljøet blir visuelt konsumtert. Gjennom visuell konsumpsjon dannes grunnlaget for hvordan det fysiske miljøet blir underlagt og utnyttet av mennesker. Denne lesningen er ikke transparent, ettersom måten vi leser natur på er ikke universal, men kan sies å være geografisk, historisk og kulturelt forankret. Virkningene av denne formen for lesning kan derfor ha et negativt eller positivt utfall. En av årsakene til tvetydigheten ved lesning av natur er at kriteriene som anvendes for å fastsette samfunnets negative effekter på det fysiske miljø, ikke nødvendigvis er kompatibel med de oppfatningene vi har om samme tema i en annen samtid. Urry (op.cit.: 174) sier videre at ”*reading nature*” er noe som læres. Oppfatninger av en hensiktsmessig definering og behandling av det fysiske miljø, vil være avhengig av sosiale grupper og de samfunnene de har tilhørighet til. Dette er en del av en læringsprosess som endrer seg med tiden.

2.5 KONSTRUKSJON AV NATUR

Natur kan konstrueres på to forskjellige måter. En kan konstruere natur på en materialistisk måte. Dette vil for øvrig forklares i kapittel 3. Natur kan også konstrueres intellektuelt via ideer og ideal. Castree (2003b) hevder at natur ikke er et ontologisk faktum, men en ontologisk konstruksjon. Det betyr, natur er et ord med bestemte parametre, en meningsbærende språklig enhet. Som det har blitt nevnt tidligere er ikke natur noe en kan ta for gitt, men en må betrakte natur som et konsept, noe en knytter ideer til. Slike konseptuelle parametre skapes innen det sosiale. Natur blir derfor ikke bare naturlig (Soper 1995), men blir sosialt konstruert gjennom oppfatninger og bruk.

Intellektuelle konstruksjoner av natur kan være riktige, men også feilaktige. Dette er noe som til stadighet vil bli utfordret. Objektive sannheter kan bli falsifisert gjennom kritikk. Dette skjer gjerne gjennom konstruktivisme som en filosofisk kritikk der en er opptatt av å utfordre

politisk eller sosial autoritet. Det er, for eksempel, mange ideer om miljø som utfordres på denne måten. Det kan også skje gjennom konstruktivisme som sosial refutasjon. I følge Demeritt (2001a & 2002) kan sosial konstruktivisme deles inn i to kategorier: 1) konstruktivisme som refutasjon, og 2) konstruktivisme som filosofisk kritikk.

Den første kategorien preges av idealisme. Ved å ta i bruk sosial konstruktivisme er det mulig å refutere påstander eller sannheter om samfunn og natur. Det kan være en kritikk mot objektive sannheter vi tar for gitt. Her er en opptatt av å endre "naturlige sannheter" ved å refutere dem. I en sosial sammenheng knytter en gjerne slike sannheter opp mot konseptet om iboende natur (external nature). I virkeligheten er slike sannheter sosialt konstruert, for eksempel, kjønnsroller, eller raseinndeling og eventuell rasisme innad i samfunn. Konstruktivisme kan være et verktøy der en argumenterer for at "objektiv" forståelse angående natur kan være feil, det vil si, sannheten er sosialt konstruert og gjenspeiler ikke virkeligheten slik som den egentlig er. Det er en epistemologi som en kan utfordre paradigmer om samfunnsmessige forhold eller vår kunnskap angående natur. Vi betrakter ting ofte som naturlige, at de ikke kan endres, og i så fall ville det være unaturlig å endre på dem. Om en tar i bruk sosial konstruktivisme kan en utfordre slike "fakta". En kan dermed endre samfunnets meninger og eventuelle fordommer på enkelte felt.

Det andre utgangspunktet er sosial konstruktivisme som filosofisk kritikk. Det er helst en kritisk utfordring til epistemologiske sannheter og ontologiske objekt. Gjennom en slik utfordring er hensikten å endre den objektive kunnskapen vi har om objekter og fenomener. Dette kan oppnås ved å kritisere sannhetsteorien og metodologien som etablerer slike sannheter. En retter ofte kritikken mot ontologiske kvaliteter, karakteristikk og avgrensninger som har blitt fastslått på en "objektiv" måte. Dette utfordrer forståelsen vår for forskjellige begrep. Vi hører ofte utfordringer knyttet til klimaproblemer, men det finnes også skeptikere som ikke tar klimaspørsmål alvorlig. De kan hevde at det ikke eksisterer klimaproblem, men at slike problem er egentlig sosiale konstruksjoner, gjerne skapt ut av interesser og ideologi. Dette illustrerer at sosial konstruktivisme er et middel som kan brukes fra ulike hold, ut i fra interessene til bestemte sosiale grupper. Som oftest blir konstruktivisme brukt som et middel til å utfordre det etablerte og autoritære. Sosial konstruktivisme kan derfor være et nyttig, men nødvendig bidrag som tilrettelegger for en dypere forståelse for de meningene og kunnskapen vi har om natur i vår tid.

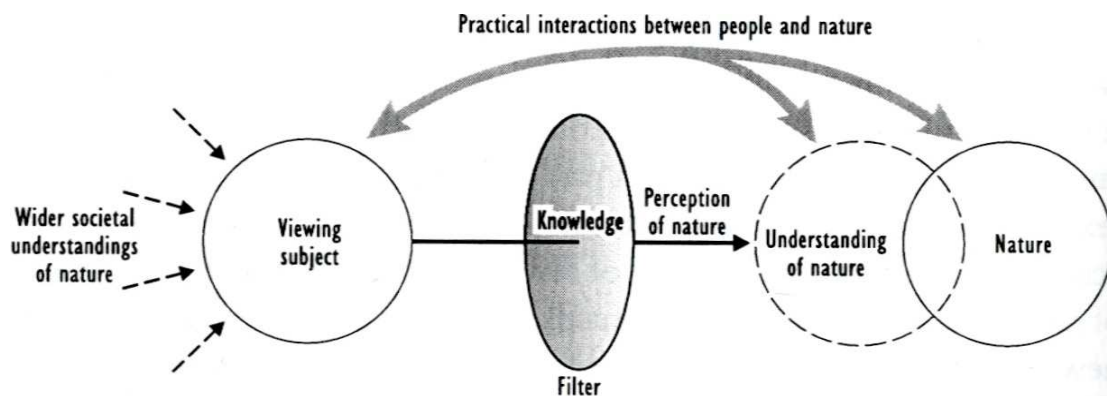
2.6 FREMSTILLING AV NATUR

I dag er natur et hyppig debattert tema. Diskusjonene kan sies å ha utspring i ordets komplekse semantikk (Williams 1983: 219). I følge Castree (2001a 6-8) har natur tre funksjonelle bruksområder: ekstern, iboende og universell. Naturens semantiske og funksjonelle kategoriseringer er også en gjenganger innen oppfattelser av natur innad i samfunnet. Lash & Urry (2004: 297-298) identifiserer synene som: teknosentrisk, økosentrisk og holitisk/altomfattende. Disse perspektivene fokuserer gjerne på hvilke utfordringer naturen utgjør for samfunnet, men problemene tolkes annerledes i hvert enkelt syn, og av den grunn utvikles det forskjellige strategier for hvordan en skal overvinne slike utfordringer.

Hovedsakelig kan vi dele denne typen problemer inn i to opponerende synspunkt. Fra et teknosentrisk ståsted er mennesket i sentrum, mens natur da er et hinder for mennesker. Vi må forholde oss til naturens fysiske begrensninger, men vi kan også midlertidig annullere slike begrensninger gjennom teknologisk innovasjon. Fra en økosentrisk vinkling er naturen i sentrum, mens menneskelige inngrep i natur er både hensynsløse og uforsvarlige, og dermed er mennesker årsaken til problemet, ikke natur. Det finnes også et tredje alternativ som fokuserer på forvaltning og bærekraftighet. En kombinerer da både teknosentriske og økosentriske elementer for å etablere en balanse, ettersom de to sidene kan fungere som motvekter for hverandre (Castree 2001b: 202-203).

Samfunnet har ikke et unisont forhold til natur, og av den grunn er det vanskelig å fastslå hvor grensene mellom det menneskelige og naturlige skal trekkes. Innen vestlig tenkning er samfunn og natur selvstendige ontologiske enheter, og ender derfor opp som motstykker. Denne binæriske tenkemåten skaper også klare distinksjoner mellom samfunn og naturproblemer, som innebærer at natur betraktes som noe eksternt, en tankegang som er problematisk, siden det da blir vanskelig å finne samfunnets sted innad i naturen (Braun 2006: 194). Vanligvis har samfunnsvitenskaper vært opptatt av det som betraktes som sosialt, mens naturvitenskaper studerer det som karakteriseres som natur. I en moderne tid kan denne separasjonen være vanskelig. Dualismen mellom samfunn og natur er da årsaken til et filosofisk problem. Gjennom teknologi oppstår nye ontologier som er vanskelig å kategorisere som sosiale eller naturlige. Latour (1993: 49-55) refererer til slike ontologier som kvasi-objekter. Han sikter da til kombinasjoner mellom det sosiale og naturlige. Slike samfunn-naturhybrider kan være genetisk forbedrede jordbruksprodukter, men gjerne også

miljøproblemer som klimaendring, i den forstand at de strengt tatt ikke kan reduseres til det sosiale eller naturlige. ANT (actor-network theory) forsøker å oppheve samfunn-naturdualismen ved å betrakte verden som et nettverk med utallige sammenkoblinger av hybrider. Innad i et aktørnettverk eksisterer det ingen subjekter eller objekter, men alle aktører inngår i et nettverk av aktanter. I ANT er subjekters status redusert, mens objekters status opphøynes, og dermed oppnår samtlige komponenter en likeverdig status som "aktant". Aktanter er aldri selvstendig, men er alltid knyttet til hverandre, og selve nettverket har ingen eksogen sosial eller naturlig forklaring (vi kan ikke falle tilbake på en ren sosial eller naturlig forklaring). Alle aktanter, og de nettverk som de utgjør er dermed sosio-naturlige. En slik tilnærming kan også være problematisk. Aktanter blir ikke nødvendigvis likeverdige, i den forstand at de enkeltvis kan besitte nøkkelroller i et nettverk, og av den grunn kan det være vanskelig å innta en likegyldig holdning til aktanters tilknytning til hverandre (Castree & MacMillan 2001).



Figur 2.1: Kunnskap fungerer som et filter for vår forståelse av natur. Figuren er hentet fra Castree (2005: xviii).

Samfunn-naturrelasjoner er i stor grad formet av kunnskap. Naturvitenskap, men også enkelte samfunnsvitenskaper påroper seg etisk og ideologisk nøytralitet, en posisjon muliggjort gjennom den naturvitenskapelige metode (Harvey 1973: 256). Den naturvitenskapelige metode kan betraktes som objektiv i sin teoretiske tilstand. Fremdeles, objektivitet må anses som et ideal, ikke et faktum. I praksis kan den ikke den naturvitenskapelige metode distanseres fra brukeren, siden det er mennesker som avgjør hva som skal undersøkes, og hva resultatene i en forskningsprosess skal benyttes til. Innen vitenskaplig kunnskap er det alltid innebygget sosial interesse (Castree 2002: 360), og vitenskap kan ikke eksistere løsrevet fra samfunnet. Demeritt (1996; 2001b) utdyper dette argumentet ved å eksemplifisere hvordan kunnskap vi

har om klima er sosialt konstruert, og denne kunnskapen kan ikke løsrives fra dominerende samfunnsstrukturer, for eksempel: allerede eksisterende, eller manglende kunnskap, økonomi og politikk. Som praktiserende vitenskapsmenn og akademikere er en ansatt av universiteter, statlige institusjoner og private selskap. En er da sosialisert inn et institusjonelt arbeidsmiljø med egne tenkemåter, målsetninger, og retningslinjer. Siden verden i dag er kapitalistisk må vitenskap eksitere innenfor det samme rammeverket. Mye av forskning som utføres i dag har derfor et kapitalistisk utgangspunkt. Med dette sagt vil forskning være drevet av kapitalistiske motiv der forskingsresultater er ansett som nyttige dersom de besitter et potensial for profitt (Castree 2001b: 194-195). I dag kan en få inntrykk av at natur står sterkere på agendaen enn tidligere. Faktum er at natur har alltid vært viktig. Det som endrer seg er måten vi snakker om, behandler og betegner natur på (Castree 2005: xviii).

KAPITTEL 3: PRODUKSJON AV TURISME

Hensikten med kapitlet er å knytte emnene i sammen på slik måte at en kan skape et fundament for videre diskusjon. Gjennom teorikapitlet er tanken å illustrere at individ, sted og samfunn kan anses som individuelle enheter, men samtidig, komponenter som inngår i et større rammeverk, og kan derfor ikke eksistere frigjort fra hverandre. Steder er arenaen der fenomener oppstår (Cresswell 2004). De blir videre rom for sosial praksis, men er også avhengig av aktører for å kunne eksistere og opprettholdes. Denne interaksjonen av komponenter følger ingen kronologisk fastlagt utvikling. Likevel, det er alltid et kausalitetsforhold mellom komponentene. Det er også dette som er prosjektets perspektiv, altså, et systemperspektiv.

3.1 TURISME SOM FENOMEN

Turisme er en av de største industriene i verden i dag. En næring som baserer seg på produksjon og forbruk av natur, rom og sted, samt de unike særtrekkene ved disse, enten de er naturlig eller kulturelle, ekte eller uekte, et resultat av naturgitte og/eller samfunnsskapt prosesser. Felles for disse ingrediensene er: de kan både ses objektivt (som lokaliteter), men også subjektivt (betydningsfull for folk og samfunn). Det vil bli tatt utgangspunkt i hva turisme er, altså, ulike aspekter av turisme i form av systemforståelse og effekter. Avsnittet forklarer hvordan turisme skaper produkt ved å utnytte steders naturlige eller sosiale særpreg. Dette er en måte som integrerer steder i en produksjonssyklus, og kan det sies at steder oppnår verdi gjennom en slik prosess.

3.1.1 Hva er turisme?

Turistindustrien gjør steder om til selgbare produkt. Med dette menes det; at en tilbyr spesielle opplevelser knyttet til bestemte steder. Produsentene er avhengig av å reproducere dette produktet utallige ganger (Urry 2002: 28). Vi kan derfor si at turistnæringen har likhetstrekk med andre typer industri. Steder kan gjenskapes fordristisk (masseproduksjon), eller nyfordristisk (produsert på en fleksibel måte), avhengig av hvem interessegruppen er.

Produktet blir ofte skapt gjennom myter og bilder, som allerede eksisterer, eller som blir konstruert. Steder kan sies å bli fremstilt på tre forskjellige måter med utgangspunkt i: det romantiske, historiske og estetiske. De mytene og bildene som er produsert er generelle, og trenger derfor ikke å representere virkeligheten. Likevel mener de besøkende at deres forventninger bør oppfylles, dersom dette ikke skjer, kan en oppfatte dette som feil ved produktet.

I hverdagslivet skiller vi hovedsakelig mellom to måter å bruke tiden vår på. Vi skiller da mellom arbeid og fritid (Urry 2002: 2). Fritid er noe som forbindes med ferie, en aktivitet som legges gjerne til bestemte sesonger av året. Turisme blir da fenomen vi knytter opp mot fritid, og har en viktig sosial posisjon i det moderne samfunnet. Innen turisme kreves det at personer forflytter seg gjennom geografiske rom, og gjennom denne prosessen skaper vi relasjoner til nye steder. Graden av tilknytning blir formet etter hvor lenge en befinner seg på et sted. I sammenheng med turisme vil selve oppholdet ha tidsbegrensning, og turisten returnerer alltid til hjemstedet. Turistdestinasjoner blir valgt på grunnlag av forventninger vi har til steder. Forventningene er nødvendigvis ikke basert på destinasjonens faktiske identitet, men den identiteten som blir skapt gjennom bilder fra film, TV, litteratur, blader, etc (op.cit.: 3).

Gjennom markedsføring fokuserer turistindustrien ofte på spesielle landskap eller bebyggelse. Ingen steder er identisk. Markedsføringen av et sted konsentrerer seg derfor om det unike, og det er avvikene mellom steder som skaper selve produktet, siden slike ulikeheter skiller seg fra hverdagen til potensielle besøkende, og fremstår derfor som interessant. Det unike kommer til uttrykk i det naturlige eller historiske, altså det ekte. Steders særpreg vil dermed virke tiltrekkende for tilreisende, ettersom de tiltrekkes av det som fremstår som autentisk (op.cit.: 10). Et eksempel på dette er at turister som kommer til Norge, har kommet for å se spektakulær natur i form av fjell og fjorder på Vestlandet, en virkelighet som skiller seg fra, for eksempel, den urbane hverdagen. Urørt natur blir derimot regnet for å være ekte. Norge blir igjennom sitt unike fjordlandskap, fremstilt som et destinasjonssted med ekte natur. Som nordmenn vet vi at fjordlandskapet eksisterer kun langs deler av Norges kystlinje, og kan ikke sies å være representativt for mesteparten av Norges areal. Det som oppfattes som ekte av folk på utsiden er ikke nødvendigvis autentisk i absolutt forstand. Det ekte er i mange tilfeller en slags karikatur eller stereotypisk fremstilling av et steds naturlige, historiske og kulturelle

egenskaper. Denne kunstige oppfatningen av virkeligheten er skapt gjennom ikoner og symbolikk, noe vi blir eksponert for gjennom dagliglivet.

Urry (2002) diskuterer turisme som fenomen i boka *The Tourist Gaze (det turistiske blikk)*. Som turist ser en verden på en måte som skiller seg fra ikke-turister. I en slik sammenheng er opptatt av det som ikke finnes i dagliglivet, det unike og sjeldne. Det turistiske blikk er likevel ikke noe som opptrer homogent. Som enkeltpersoner og grupper har vi både subjektive og intersubjektive interesser som reflekteres i det turistiske blikk. Dette innebærer at det turistiske blikk kan potensielt absorbere alle tenkelige sider av verden. Det turistiske blikk er en overordnet kategori som inkluderer en rekke andre spesialiserte blikk. Urry (1995: 191) nevner fem typer turistiske blikk: *romantic* (romantisk), *collective* (kollektiv), *spectatorial* (tilskuerbasert), *environmental* (miljøbasert) og *anthropological* (antropologisk). Det romantiske blikk fokuserer på et personlig, privat, og ensomt forhold til objektet som er blikkfanget i opplevelsen. I det kollektive blikk oppnås opplevelsen gjennom fellesskap. Enkelte steder er avhengig av andre mennesker for livlighet, den atmosfæren en forbinder med noen steder. I ett tilskuerbasert blikk får turister korte glimt, og blir samlere av tegn, i det de passerer steder, for eksempel sightseeing. I et miljøbasert blikk er turistene opptatt av miljøhensyn. Som turist vil en da velge det alternativet som er mest mulig skånsomt ovenfor miljøet. I det antropologiske blikk tolker besøkende attraksjoner og steder i en kontekst av historiske meninger og symboler, enten selv eller gjennom en guide. Vi har nå nevnt teoretiske idealtyper av det turistiske blikk, men i realiteten kan turister være situert innen flere turistiske blikk på samme tid (Urry 2002: 150-151). Felles for variantene i det turistiske blikk er fokuset på visuell konsumpsjon (Lash & Urry 1994; Urry 1995). Som besøkende er oppmerksomheten rettet mot det overfladiske og visuelle, mye grunnet tidsbegrensninger i oppholdet.

3.1.2 Turisme i praksis

Alle situasjoner som involverer mennesker vil struktureres etter roller og komplementærroller (Aase & Fossaskaaret 2007). Når en snakker om turisme vil det innebære forholdet mellom vert-gjest, eller selger-kjøper. Vertskapet skaper et produkt som presenterer, kjøperen er turisten. Kjøperen knytter også forventninger til produktet. Dersom forventningene ikke innfris, vil dette gi kjøperen negative erfaringer. Dersom en har et betydelig antall dårlige

erfaringer, vil dette kunne sende negative signaler til andre potensielle kjøpere. Dette vil påvirke selgerens muligheter til å selge produktet sitt i fremtida. Det er viktig at alle involverte tilbydere yter sitt beste, hvis ikke blir det skapt misnøye hos turistene, som er kresne av natur (Urry 2002: 38).

Noen produkter blir regnet som ekte, unike og eksklusive. Det er fordi at produktet er sjeldent, eller kostbart, noe som tilsier at det er et begrenset antall personer som har kjøpt, eller har muligheten til å kjøpe det. Turisme fungerer på samme måte. Et sted vil ofte sees på som noe mer ekte, eller eksklusivt, dersom det besitter kvaliteter som allmennheten vanligvis ikke har tilgang på. Hvis stedet blir lettere tilgjengelig, vil også stedets status og verdi minke.

I starten var turisme en rekreasjonsform som var forbeholdt en sosial elite (op.cit.: 4). Selv om denne formen for rekreasjon har blitt tilgjengelig for store deler av befolkningen, kan den også finne tilfeller av elitisme. En kan skille mellom destinasjoner som er tilgjengelig for allmennheten, og mer eksotiske destinasjoner som er helst tilgjengelig for en sosial elite. De stedene som er tilgjengelig og populær for allmennheten, preges av masseturisme, og denne formen for turisme blir sett ned på av noen. Masseturismen blir ofte sett på som destruktivt, noe som kan forringe det ekte, estetiske og naturlige. Noen hevder at alle steder vil bli degradert både sosialt og fysisk dersom allmennheten får muligheten til å oppsøke den (op.cit.: 40). Hvilke steder som fremstår som eksklusive er en dynamisk prosess som endrer seg gjennom tid. Middelhavsregionen er et eksempel på dette. Gjennom rimeligere reisekostnader har middelhavsregionen blitt tilgjengelig for middelklassen i mange europeiske land. Dette har også ført til at destinasjoner i denne regionen blir ansett som vanlige, og lite spesielle. Derimot, steder i Østen er ikke like vanlig å besøke, og derfor kan besøk til slike steder innebære høyere status. Over tid vil sannsynligvis masseturismen erobre slike destinasjoner også, noe som medfører at de synker i verdi (op.cit.: 42). Dette forholdet mellom allmenne og eksklusive destinasjoner vil være i konstant utvikling, ettersom reduksjon i reisekostnader og reisetid gjør tidligere eksotiske steder mer tilgjengelig.

3.1.3 Fysiske og sosiale begrensninger innen turisme

Geografiske rom er en ressurs. Riktig nok, ikke i seg selv, men avhengig av kontekst. Slike geografiske rom er ikke nødvendigvis fornybare ressurser. Steder har forskjellige tålegrenser.

Vi skiller mellom et steds *fysiske og perseptuelle kapasitet* (Urry 2002: 42). Gjennom menneskelig press oppstår det fysisk slitasje i et område. Med tiden kan den fysiske slitasjen være med på degradere områdets opprinnelige utseende. For å illustrere dette kan en ta utgangspunkt i et turområde. Et turområde har en estetisk og erfaringsbasert verdi for besøkende. Etter en stund vil de ulike turløypene eller stiene på stedet forfalle i så stor grad at de ikke appellerer til den originale interessegruppen lenger. Dette trenger ikke å bety at den fysiske bærekapasiteten til området er nådd, men det indikerer at området ikke besitter de estetiske kvalitetene som gjorde området attraktivt til å begynne med (op.cit.: 43). Indirekte innebærer dette at den fysiske og den perseptuelle kapasiteten henger i sammen. Det er ofte det fysiske som ligger til grunn for den perseptuelle opplevelsen. Selv om den fysiske kapasiteten ikke kan sies å være brutt, vil likevel den perseptuelle opplevelsen være endret. Noen destinasjoner har et større areal å ferdes på, men det betyr ikke nødvendigvis at den fysiske kapasiteten er avhengig av et steds størrelse. Attraksjoner i rurale områder kan befinne seg i svært åpne omgivelser, steder med liten sosial tilstedeværelse, enten materielt eller befolkningsmessig. Likevel kan en attraksjon i et kompakt og urbant miljø, ta i mot et mye større antall besøkende. Individuelle reisende er ofte sett på som positivt, men masseturisme er særdeles destruktivt for stedene som besøkes. Særpreget som stedet har, vil etter hvert forsvinne. Samtidig er noen steder avhengig av det sosiale. Hvis det ikke var folksomt på enkelte steder, ville de også oppfattes som rare og uattraktive. Et eksempel på det kan være storbyer der en forventer at det befinner seg mye folk (op.cit.: 43).

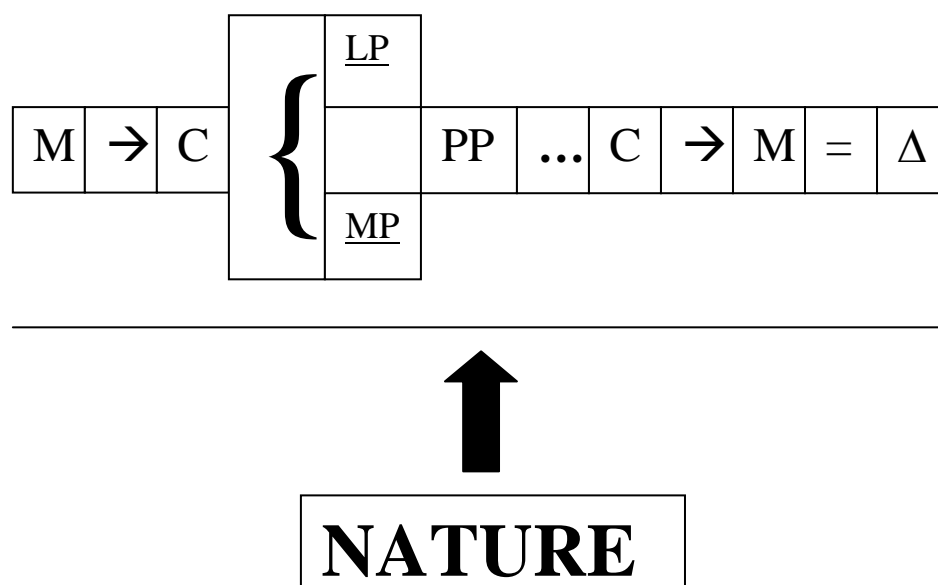
3.2 TURISME SOM PRODUKSJON AV NATUR

Først og fremst, turisme kan forstås som en måte å produsere natur på. Et argument som ble løst diskutert i avsnitt 3.1. I dette avsnittet vil det bli gitt en mer innsiktsfull presentasjon av akkurat dette argumentet, altså, hva produksjon av natur innebærer.

En definisjon av natur kan være; "*what cannot be produced*" (Castree 2001b: 191). Castree (2001b & 2003b) argumenterer likevel for at naturen er produsert. Natur forbindes med det naturlige, mens produksjon knyttes til det unaturlige, to vidt forskjellige karakteristikker. Denne binære divisjonen har et forende element, i den forstand at den har et utspring i det antropogene. Disse konseptene er konstruert av mennesker, enten bevisst eller ubevisst, for å

kategorisere ulike sider av verden. Slike konstruksjoner har en hensikt, og om konstruksjoner oppstår gjennom menneskelig motivasjon, kan det like gjerne sies at de er produksjoner. Ordet produksjon gir mer mening dersom det knyttes opp mot ideologi, som utvilsomt er relatert til samfunnet. Ideologi fungerer som en generell form for rasjonalitet internt i samfunnet, og kan derfor sies å være grunnlaget for hvordan natur oppfattes. Det ideologiske bestemmer da alle aspekter ved naturen (Braun & Castree 1998: 9). Om en tar utgangspunkt i kapitalisme, som er en dominerende ideologi i dagens verden, kan det hevdes at natur blir produsert (kommodifiseres). Vi kan hevde at natur kan manipuleres til å ha bestemte funksjoner. Natur blir da en del av produksjonssykluser.

Hvis natur er produsert vil det indirekte bety at det må være et motiv bak denne produksjonen. Natur er ikke produsert for sin egenverdi, men den blir produsert for sin utvekslingsverdi (Castree 2001b: 193). Vi kan derfor si at det er et kapitalistisk motiv som driver produksjonsprosessen. Som system er kapitalismen under progresjon, og har derfor et annet utseende enn det som var tilfelle under industrialiseringen av den vestlige verden. Likevel kan det sies at det kapitalistiske målet om å oppnå profitt fremdeles består. Meningen i kapitalistiske produksjonssystem er økonomisk vekst, og ikke nødvendigvis miljømessig stabilitet. Naturen er grunnlaget for at produksjonssykluser kan oppstå og gjenoppstå. Kapitalistisk ideologi kan derfor sies å være i direkte konflikt med økosentrisk interesse. I kapitalistiske samfunn kan en forklare de fleste produksjonssystem gjennom denne modellen:



Figur 3.1: Drivkreftene innen et kapitalistisk system. Figuren er hentet og modifisert fra Castree 2001b.

Modellen tar start med at en har kapital (M = Money). Videre blir kapital brukt til å kjøpe produkter eller ressurser (C = Commodities). I neste ledd er en avhengig av arbeidskraft (LP = Labour Power) og produksjonsmuligheter (MP = Means of Production). Til sammen kan dette forenes til en produksjonsprosess (PP = Production Process). Ut i fra produksjonsprosessen oppstår det et nytt produkt (C), og dette byttes mot kapital (M). Gjennom denne prosessen skal en oppnå profitt (Δ = Profit). Natur utvinnes og foredles for å skape produkt som igjen kan utveksles mot kapital. Natur vil da være det underliggende fundamentet for at denne prosessen kan fungere.

3.2.1 Kapitalismens produksjon av natur

I sammenheng med produksjon av natur må det også forklares hvilke typer natur som produseres og hvordan de integreres i en produksjonsprosess. En snakker da om prosessen der konsept kommodifiseres, eller på engelsk; ”commodification”. Woods (2005: 174) definerer kommodifikasjon som; ”*When the value at which an object can be sold (its ‘exchange value’) exceeds its ‘use value’. In other words, the object is valued for some cultural or aesthetic reason above its actual usefulness. When an object is commodified it becomes removed (‘abstracted’) from its use and from discussion about the need for it*”. Gjenstander har ikke en opprinnelig egenverdi, men slike verdier blir pålagt i ettertid, fordi, det nå har skiftet form og vil ha en bestemt funksjon eller bruksområde. I dette tilfellet sikter Woods til en kommodifikasjon av det rurale, som også kan sies å være en sosial konstruksjon. Castree (2003b) snakker om “commodification of nature”, altså, den prosessen der natur integreres i en produksjonsprosess, og får deretter en utvekslingsverdi.

Om vi snakker om kommodifikasjon av natur innebærer det at en fremstiller en eller annen form for produkter. Et produkt kan eksistere i utallige former, samtidig som det har bestemte karakteristikk og kvaliteter. For at noe skal bli et produkt må det gjennom en ”commodity chain”. Slike uforedlete ting har ikke en opprinnelig verdi, men gjennom en produksjonsprosess blir natur transformert til et produkt. Mesteparten av det som karakteriseres som naturlig er også kommersialisert i vesten. Vi trenger derfor ikke å begrense oss til samfunn-naturrelasjoner, men like gjerne kapitalisme-naturrelasjoner (Castree 2003b: 278).

Castree (2001b) definerer to tilstander av natur innen kapitalistisk rasjonalitet. Innen kapitalisme verdsettes natur ut i fra nytte og potensial. Den første tilstanden av natur er *uproduktiv natur*. Det vil innebære at en har deler av natur som er motstandsdyktig i henhold til foredling. I en slik situasjon kan ikke natur omdannes til noe nyttig og profittskapende. Denne formen for natur er ikke interessant i nåtid, men på et tidspunkt kan den bli interessant. Den andre forfatningen av natur er *potensiell natur*. Det ligger et potensial i natur til enhver tid, men for å utnytte dette potensialet må man undersøke naturen (for eksempel forsknings). Gjennom undersøkelse oppdages nye måter kan fysiske transformere natur til noe nyttig.

Videre forklarer Castree at natur klassifiseres på to måter. Den første typen av natur er *primær natur* (first natures). Dette referer til natur og naturlige objekter i en uarbeidet form. For å eksemplifisere primær natur kan en ta utgangspunkt primærnæringer. Det kan være former for jordbruk, havbruk, og gjerne utvinning av mineraler. Den andre typen natur er *sekundær natur* (second natures). Det vil si, en forbedret eller modifisert natur. Et eksempel på dette kan være moderne akvakultur. Her har en tatt utgangspunkt i originale fiskeslag, og deretter modifisert dem for å oppnå større kvanta enn det som er mulig i artenes originale tilstand. De kan dermed ikke sies å være naturlige i en absolutt forstand, og derfor blir de klassifisert som objekter av en sekundær natur. Objekter i fra sekundær natur er nye former for liv med produserte egenskaper, ikke naturlige.

3.2.2 Kommodifikasjon av ekstern natur

I Castrees (2003b) ”Commodifying what nature” er det skapt en typologi av de ulike måtene som natur kommodifiseres på innen kapitalismen. Videre definerer han fire typer av natur som blir kommodifisert: ekstern natur, intern natur, menneskekroppen som natur og natur som informasjon. For dette prosjektet er ekstern natur det mest relevante. Som tidligere nevnt, ekstern natur sikter til det ikke-menneskelige miljøet. For øvrig kan ekstern natur kommodifiseres på to måter. Her vil der bli kort fortalt om en av dem.

Noen deler av miljøet blir direkte kommodifisert. Med dette menes det, naturen selges i sin originale og uarbeidede form. Dette kalles *real commodification* (Castree 2003b: 285). Det innebærer at personer, grupper eller institusjoner har en form for eierskap ovenfor fragmenter av ekstern natur. Det kan betraktes som en et territorium, ensbetydende med geografisk

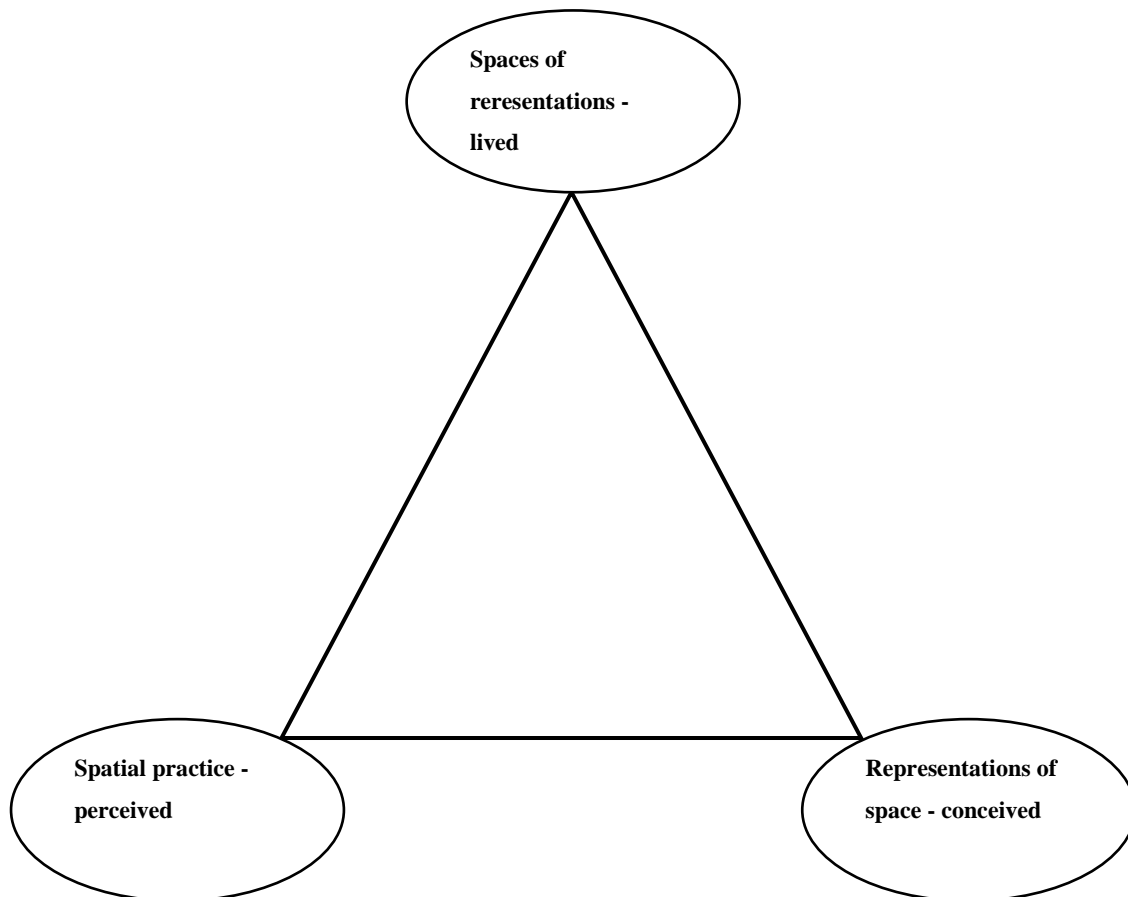
utøvelse av makt (Holt-Jensen 2007: 106). Med et slikt eierskap medfølger rettigheter til å behandle eiendommen slik som en føler for det. Med eierskap kan en fastsette naturens verdi. Eierskap er essensielt innen kapitalisme for det er først da eiendom kan skifte eier, og at natur kan bli transformert til en vare. Natur har dermed fått markedsverdi, og dette er mulig gjennom et selger-kjøperforhold. En snakker da om stykker av natur som kan bli privatisert. Det er former for turisme som direkte kommodifiserer natur, for eksempel, gjennom landskap. Det er ikke nødvendigvis turistindustrien i seg selv som eier geografiske territorium, men at en skaper varer der en tilbyr opplevelser ut i fra en uarbeidet ekstern natur. Selve opplevelsen blir en vare (commodity). Katz (1998: 48) hevder at naturen har blitt en akkumulasjonsstrategi. Med det mener hun at naturen er ansett som en ressursbase. Naturen i seg selv blir en investering i fremtiden. Dersom naturen skal bli ansett som en investering må den være under eierskap. All natur er underlagt eierskap i en eller annen form. Natur som ikke omgjøres til en vare kan da fungere som en investering for fremtiden. En sikter da til naturen som noe potensielt nyttig i fremtiden, men også at en kan ha opplevelser knyttet til natur. En oppretter gjerne nasjonalparker eller verneområder; natur med unike økologiske kvaliteter. Det er likevel ikke en universal logikk i hvilken natur som verdsettes. Naturens verdi er geografisk ujevn, og naturvern blir ofte ansett som et luksusproblem.

3.2 TURISME SOM PRODUKSJON AV ROM

Produksjon av rom er en samfunnsmessig prosess som omfatter alle tenkelige aspekter av den sosiale verden. Turismen er ikke et unntak. Det er et fenomen og en næring som produserer sine egne rom. Dette avsnittet vil diskutere sosiale rom, og vektlegger Lefebvres triangulære rom. Sted, og forholdet til rom blir grundige diskutert i avsnitt 3.4.

I kapittel 2: Grunnlagsproblemer, ble det gitt en kort innføring i den dualistiske kategoriseringen av virkeligheten. I en slik situasjon blir rom redusert til enten det fysiske eller mentale. Med dette menes det at alt kan kategoriseres som det ene eller det andre, for eksempel, subjekt-objekt, natur-samfunn, fysisk-sosial, konkret-abstrakt etc. I Vesten har denne binæriske tenkemåten vært dominerende. Lefebvre argumenterer for at rom må forstås som tredelt. Den vanlige todelingen, i form av det sosiale og fysiske, var for Lefebvre, utilstrekkelig. Vel og merke, vi snakker da om sosiale rom, ikke geometriske og absolutte

rom. Han introduserer derfor et nytt element som frigjør oss fra den tradisjonelle dialektiske tenkningen. I følge Lefebvre (1991: 38-39) består sosiale rom av tre deler. Han refererer til dem som: 1) *Spatial practice*, 2) *Representations of space*, 3) *Representational spaces*. De må sees i en helhet, og deres eksistens bygger på hverandre. Samtidig kan de isoleres, og dermed studeres som individuelle enheter. Forholdet mellom dem kan beskrives som, med Lefebvres egne ord, trialektisk.



Figur 3.2: Det trialektiske sosiale rom. Basert på Lefebvre (1991).

Soja (1996) tolker *spatial practice* som den praktiske virkeligheten, eller hva vi kan observere og oppfatte. Praksis skaper da en materiell virkelighet; utfallet av sosial aktivitet. Dette kan da sies å være det faktiske fysiske aspektet av virkeligheten. Det fungerer som et medium for, og som et utfall av menneskelig aktivitet, vi kan da si at romlig praksis produserer og reproducerer seg. Det vil da alltid være en flyt og viss form for konsistens som holder dette rommet ved like. I følge Shields (1991: 52-53) involverer romlig praksis aktiviteter som kan variere fra individuelle rutiner til danning av soner og regioner for eksakte meninger. Resultatet kan da være steder som idrettsarenaer, fengsel, fuglereservat etc., altså, steder for

det ene og det andre. Over tid vil romlig praksis manifestere seg i miljøer og landskaper. En skaper da lokaler for ulike former for praksis. Slike lokaler blir igjen en kontekst for sosiale rutiner. Ved å studere romlig praksis kan en kartlegge hvor og hvordan fenomener utspiller seg, og, i en praktisk forstand, beskrives det som kan oppfattes. Dette er likevel en deskriptiv måte å forholde seg til virkeligheten på, ettersom det empiriske da er fjernet fra steder og regioner (Lysgård 2004: 21). Praksis eksisterer da uavhengig av et kulturelt grunnlag, og den fremstår da som meningsløs.

Representations of space, eller rommets representasjoner, er et rom skapt gjennom det mentale. Vi kan forstå dette som et abstrakt rom. Virkeligheten blir manipulert til begreper, modeller, ideer, ideologier, symboler etc. Dette kan eksemplifiseres ved å ta utgangspunkt i vitenskap, et verktøy som skaper kunnskap om sosiale og fysiske sider av verden.

Akademiske disipliner fremstiller et rent teoretisk rom, en måte å redusere verden til noe konseptuelt. Andre eksempler kan være politikk, ideologi, religion, kunst osv. Dette blir da et rom for idealer og det utopiske, slik som verden forklares og forstås, og videre, slik som den bør fremstå (Soja 1996). Lefebvre (1991) hevder at dette er det dominerende rommet.

Rommets representasjoner avbilder de rådende maktforhold, kontroll og ideologiske grunnlag som eksisterer innad samfunnet. Det konseptuelle rommet vil diktere hva romlig praksis er, og hvordan den bør være. Samtidig er rommets representasjoner bygget på romlig praksis.

”Representasjonenes rom inneholder alle andre virkeligheter eller forestilte romligheter på samme tid, og er en måte å unnsnippe illusjonen som er skapt gjennom et skille mellom det objektive og subjektive” (Lysgård 2004: 22). Representasjonenes rom, er i følge Soja, det aspektet av sosiale rom som direkte leves (det levde rom). Det er der innbyggerne og brukerne av sosiale rom befinner seg. Dette rommet vil alltid inneholde de to andre elementene av rom, men fremdeles være et selvstendig aspekt av sosialt rom. Om representasjonenes rom isoleres kan de sies å være utfallet av både romlig praksis og rommets representasjoner. På samme tid er representasjonenes rom integrert i de to andre aspektene av rom, men på egenhånd tolkes det gjennom rommets representasjoner, og fungerer som et grunnlag for romlig praksis. I følge Lefebvre (1991: 39) er representasjonenes rom, i motsetning til rommets representasjoner, det dominerte rom. Det er et rom som passivt oppleves i nåtid, og det er også dette rommet som endres gjennom konseptuelle rom. Vi ser også det konseptuelle rommets representasjoner utfolde seg her gjennom maktforhold. Samtidig er det levde rom, et

rom for muligheter. Levde rom er aktive, de er resultatet av sansbare og konseptuelle rom, og på samme tid omfatter de dem. De fungerer da som en plattform for å forstå, og potensielt forandre alle aspekter av sosialt rom samtidig (Soja 1996: 69). En kan møte det konseptuelle rommets ideer med motstand, og deretter skape et behov for omstrukturering i rommets representasjoner. Ved å tilføye dette tredje aspektet er sosialt rom trialektisk, og ikke redusert til et statisk dialektisk forhold mellom det ikke-materialistiske og materialistiske.

3.2.1 Turismens forbruk av sted og rom

Alle produserte rom utfyller bestemte funksjoner, og slike rom kan vedlikeholdes over tid gjennom reproduksjon. Prosessen drives av et forhold mellom to komplementære roller. På den ene siden produseres rom, og på den andre siden konsumeres rom. Turistnæringen produserer sin egen type rom der en vektlegger, for eksempel, det historiske eller naturlige. Det er en opplagt sammenheng mellom de to rollene, ettersom rom produseres for et formål, og formålet reflekterer forbrukernes interesser. Et rom som forbrukes har kvalitativ verdi, men fra produsentens side vil rommet ha en kvantitativ verdi, det vil si, økonomisk utvekslingsverdi (Lefebvre 1991: 353-354).

Steder er alltid i en prosess av endring. Et viktig fellestrekk for steder i dag er at de har en status som kommoditeter på et internasjonalt marked. De integreres økonomisk ved å fremstå som passende for bestemte formål. Noen steder er allerede etablert, eller innehar potensial som turistdestinasjoner (Light, Roberts & Smith 1998: 5). Forholdet mellom menneske-sted blir gjerne ansett, i en økonomisk sammenheng, som forholdet mellom subjekt-objekt. Steder blir regnet som objekter; som produkter og tjenester. Kjøperne er subjekter som konsumerer steder som objekter for opplevelser, erfaringer, kunnskap eller lærdom (Birkeland 2004: 191) Det skapes turistiske rom rundt steders særegenheter, noe unikt som søkes av potensielle brukere. På et tidspunkt kan det oppstå en ubalanse mellom bruksinteresser, det vil si, produksjon og forbruk. Gjennom overforbruk og overutnytting kan et sted miste sin daværende verdi. I sammenheng med turistnæring kan dette bety at de bildene som en gang representerte et sted ikke reflekterer den originale betydningen som bildene en gang formidlet (Urry 2002: 42-43).

3.4 TURISME SOM PRODUKSJON AV STED

Meningen til sted og rom er knyttet til aktiviteten (praksis) som legges til dem. Aktiviteten determineres av forholdet mellom det menneskelige og ikke-menneskelige, og vil alltid forekomme i en kontekst av sted og rom (Sack 1980: 3). Sted er avhengig av rom, altså, sted og rom eksisterer i et dialektisk forhold der de konstituerer hverandre. Steder er situert i rom, men på samme tid blir rom gjerne definert av de stedene som eksisterer innad i dem. Videre kan steder være en innfatning der andre rom er til stede (Malpas 1998: 23). En analyse av sted som filosofisk objekt er vanskelig. Et sted er heterogent, en sammensetning av elementer, skapt av forskjellige og ofte motarbeidende krefter. Det er unikt, konkret, og dermed vanskelig å generalisere. Steder er noe som skapes og endres. De springer ut fra et anonymt rom fra en rekke ulike faktorer gjennom menneskelig handling og avgrensning. Et sted er en humanisering av rom, et rom med navn, mening og historie. Steder er alltid under konstruksjon, og de omskapes for passe menneskelige interesser, men ressursene og mulighetene for å skape steder er ikke likeverdig fordelt. Skapelsen av steder reflekterer maktforhold, og videre er prosessen for stedsformasjon avhengig, og begrenset av barrierer i form av fysiske, sosiale og kulturelle krefter. Et sted i sin nåværende tilstand er et kompromiss mellom slike krefter (Light, Roberts & Smith 1998: 1-5).

3.4.1 Stedskonseptet og dets definisjoner innen geografi

Sted er et vanlig ord i dagligtale. Gjennom sin hyppige bruk kan det virke som begrepet har en selvsagt betydning. Ved grundigere gjennomgang fremstår sted som et konsept av en særdeles komplisert egenart som intuitivt brukes forskjellige situasjoner. Innen geografisk faglitteratur er sted benyttet som et analytisk verktøy. I en akademisk sammenheng må stedsbegrepets definisjon ha et høyt presisjonsnivå, i motsetning til ordinær hverdagsbruk. Bruken av sted innen akademiske disipliner er som oftest rettet mot et enkelt isolert perspektiv, og gjennom en slik reduksjon vil sted låses til bestemte definisjoner. På samme tid kan det sies at stedsbegrepet har ingen fastlagt ontologisk betegnelse, men ulike oppfatninger av sted viser til forskjellige epistemologisk standpunkt (Cresswell 2004: 12). Agnew & Duncan (1989: 2) never tre representasjoner av sted: *location* (lokalitet), *locale* (lokale) og *sense of place* (stedsoppfatning). Lokalitet sikter til et fastsatt objektivt punkt i geometriske rom, et steds posisjon gjennom koordinater. Et lokale er en materiell setting for sosiale

relasjoner. En arena med et formål om å romme en bestemt form for menneskelig oppførsel. Stedsoppfatning sikter til den subjektive og emosjonelle verdien folk knytter til sted. De tre perspektivene er alle gyldige måter å betrakte sted på. Som vi ser er stedsbegrepet brukt i forskjellige sammenhenger, og vi ser at begreper rommer ulike former for mening. Tilnæringsmåtene i form av lokalitet, stedsoppfatning og lokale må anses som flytende og overlappende (Berg & Dale 2004: 39). For å oppnå en mest mulig komplett forståelse av sted må perspektivene forenes i et triangulært forhold.

I absolutt forstand refererer lokalitet til plassering innen koordinater på et kart. Lokalitet kan også henvise til individuelle materielle karakteristikkers lokalisering i forhold til hverandre (Mayhew 2004: 303). Om vi bare tar utgangspunkt i de fysiske plasseringer til punkter i geometriske rom, kan dette kalles en lokalitet. Dette er en upersonlig og objektivt forståelse av sted. Sted blir da en beholder for materielle objekters eksistens, mens objektene kun blir ansett okkuperende enheter av porsjoner i et rom. Steder kan også være punkt i rommet. Dette kan sies å være slik som stedsbegrepet tradisjonelt anvendes i naturvitenskapene. I samfunnsvitenskapene benyttes også dette begrepet. En fokuserer da på det ytre og objektive aspektet ved steder. Det medfører en stor avstand mellom mennesker og sted, men det er også det en tilstreber i en slik situasjon. Denne anvendelsen av stedskonseptet brukes ofte i økonomiske geografi, ettersom lokalisering til markeder, eller kjerne-periferiforhold kan anses som viktige i en sådan sammenheng (Berg & Dale 2004: 41-42).

Tuan (1996) skriver at mennesker demonstrerer sin egen stedsopplevelse når de anvender moralsk og estetisk bedømmelse til beliggenheter og lokaliteter. Mening kommer frem i tilfeller der mennesker tilegner emosjonelle kvaliteter til steder utenom lokalisering og deres funksjonelle rolle. Videre skiller Tuan mellom to typer stedsopplevelse: visuell og estetisk. Steder kan sies å være lokaliteter med en visuell gjennomslagskraft. Øyet er også noe som må trenes for å kunne se hvor skjønnhet ligger, samt, skjønnheten i steder er noe som ofte må skapes for å virke tiltrekkende. Dette kan også sies å være en overfladisk form for stedsopplevelse. Vi trenger ikke å være en del av stedet, eller fysisk tilstedeværende, ettersom synet tillater oss å betrakte steder fra avstand. Dersom en skal lære seg å kjenne et sted, eller få en "sense of place", må knyttes til stedet. En betydelig stedsopplevelse er noe som først skapes når personer oppholder seg i et miljø over lengre tid (Tuan 1996: 446-447). Stedopplevelse (sense of place) sikter til hvordan steder erfares av mennesker. Dette

perspektivet står i sterk kontrast til lokalitetsbegrepet, i den forstand at stedsopplevelse er subjektivt, mens lokalitet er objektivt. Cresswell (2004: 7) definerer stedsopplevelse som den subjektive og emosjonelle verdi som mennesker tilegner steder. Det fokuseres ikke da på den objektive sannhet knyttet til sted, eller hvordan steder egentlig er, men hvordan grupper av mennesker og enkelt mennesker, gjennom egen oppfatning og tolkning fremstiller steder. En fokuserer på emosjonelle bånd som skapes mellom personer og steder, og ikke det rasjonelle (Holloway & Hubbard 2001: 74). En lokalitet har et hovedfokus på det fysiske og materielle, mens stedsopplevelse har et perspektiv fra innsiden. Lokalitetens avstand til mennesker blir da fjernet, og steder blir fylt med mening. Sted fra en ren kvalitativ tilnæringsmåte vil også ha svakheter. Stedsopplevelse gir individer en stor grad av frihet og myndighet til å skape sine egne tanker om sted. Det har da oppstått en distanse fra et steds materielle grunnlag og de dominerende sosiale strukturer som mennesker er knyttet til (Berg & Dale 2004: 42-43).

Cresswell (2004: 7) definerer lokale som den materielle settingen for sosiale forhold; en kontekst for dagliglivet til mennesker. Mening vil oppstå når en kombinerer det materielle med det sosiale. På den ene siden er fysiske objekter stasjonert i rom. På den andre siden har ikke objekter verdi uten at de er relatert til subjekter. Det er interaksjonen mellom objekter og subjekter som skaper mening (Hansen & Simonsen 2004: 66). Den fysiske dimensjonen kan anses som en fasilitet. Denne fasiliteten er en arena der sosiale relasjoner kan finne sted. Når den sosiale og fysiske verden kombineres oppstår det mening. Gjennom dette perspektivet referer en til sted som et lokale, et sted der menneskelig aktivitet skjer. Uten mening er det ikke basis for aktivitet, og det er gjennom praksis at mening skapes. Med andre ord: MENING → ← PRAKSIS = Reproduksjon av menneskelig aktivitet/sosial interaksjon på steder. Lokale er knyttet til struktur, altså, en basis for individuell og kollektiv praksis, og bør tenkes på som sosiale miljø. Evnen til å kontrollere slike settinger er også et uttrykk for maktforhold (Entrikin 1991: 52). Slike rom (miljø) eksisterer på alle geografiske nivå i et ubegrenset antall sammenhenger (Simonsen 1993: 149). Et lokale har også en struktur bestående av uformelle og formelle regler. Stedet kan da sies å være intersubjektivt konstituert. Steder endres kontinuerlig som følge av menneskers aktiviteter, samtidig som sted påvirker disse aktivitetene (Berg & Dale 2004: 44).

3.4.2 Mytiske rom og stedsmyter

Tuan (1977: 85-100) hevder at myter inngår i komplekse system, nødvendig for vår forståelse av, og interaksjon med verden. Myter kan tolkes som opposisjonelle til virkelighet, et fenomen som oppstår i situasjoner der vi har upresis kunnskap, og av den grunn vil det mytiske eksistere til en hver tid, siden menneskelig kunnskap alltid vil ha begrensninger.

Tuan skiller mellom to former for mytisk rom. Det mytiske kan oppstå utenfor vår persepsjon, eller det vi empirisk kan stedfeste. Viten er noe som akkumuleres over tid. Kunnskapen eksisterer da i kodifisert og ukodifisert form, men samtidig er denne kunnskapen kollektiv. Som enkeltmennesker og medlemmer av forskjellige samfunn har vi ikke kompetanse eller kapasitet til å absorbere et slikt omfang av kunnskap. På et individuelt nivå vil kunnskap alltid preges av å være begrenset, selektiv og partisk i forhold til våre interesser og liv. Vår horisont, en følge av vår persepsjon, kan sies å danne et praktisk rom, et rom som inneholder det empiriske og familiære. Det mytiske rommet er dermed det som eksisterer utenfor det praktiske rom. Et slikt rom vil variere fra individ til individ, og fra samfunn til samfunn. Den andre formen for mytisk sted er, i følge Tuan, en komponent i verdenssyn eller kosmologi. Dette er et gjennomarbeidet verdenssyn, i kontrast til synet der det mytiske er noe bare er personlig og ubevisst. Et verdenssyn er et forsøk på å forklare verden på en meningsfull måte. Verden organiseres på da på to måter: 1) mennesket er en del av kosmos, eller 2) mennesket er senteret i kosmos. Dette er perspektiv som etablerer menneskets posisjon, og selvets sted i kosmos. Det mytiske skaper et grunnlag for å skape personlig helhet og fastslår sosial tilhørighet. Myten fungerer da som et anker som forener forklaring gjennom fakta, og rettferdiggjøring av handlinger gjennom verdigrunnlag.

Det mytiske er alltid nærværende, enten gjemt i bakgrunnen, eller som noe lett synlig i overflaten, ettersom det eksisterer generelle og personlige kunnskapsbarrierer i alle situasjoner. Innenfor samfunn-naturrelasjoner er også det mytiske tilstedeværende. Hvis natur er en sosial konstruksjon må også natur anses som en myte. For det første, natur er et komplisert ord med mange betydninger (Williams 1983). For det andre, Castree (2001a) identifiserer tre former for natur: ekstern, iboende og universal natur. For det tredje, Lash & Urry (2004) nevner at natur betraktes gjennom tre generelle perspektiv: et økosentrisk, et teknosentrisk og et holistisk/organisk perspektiv. Dette innebærer at vi ikke har fullkommen

kunnskap om natur, men ikke minst, vi har enda ikke avgjort hva natur er. Samfunn-naturrelasjoner endres gjennom en gradvis prosess, noe som resulterer i at ”naturmyter” er alltid tilstedeværende og under utvikling.

Siden vi har begrenset bevegelse i tid og rom er det vanlig å generalisere verden. Denne generaliseringen er med på å skape myter om steder, eller *stedsmyter*. Slike antagelser om det romlige er et kulturelt grunnlag for persepsjon, fordommer og bilder av steder og regioner. De etablerer et konvensjonelt rammeverk for praksis og sosiale interaksjon i passende setting (Shields 1991: 46). Steder og rom blir fjernet fra den virkelige verden bestående av virkelige rom, og forflyttet til en symbolsk verden som tolkes kulturelt (op.cit.: 47). *Stedsbilder* kan beskrives som: 1) *overforenkling* - en reduserer til et trekk, 2) *Stereotypifisering* - forsterking av et eller flere trekk, og 3) *merking* - et sted blir betraktet som å være av en bestemt natur. En stedsmyte er de bildene som vi kollektivt assosierer til et sted. Slike bilder kan både være nøyaktig og unøyaktig, delvis korrekt, eller overdrevet. De kan sies å være bygget på fordommer, som igjen resulterer i en stereotypisk oppfattelse av sted. Bildene skaper de meningene vi har om steder, og er grunnlaget for tanker og ideer som vi ofte tar for gitt (Birkeland 2005: 34). Stedsbilder er en rekke meninger forbundet til ekte steder og regioner uavhengig av hvordan de er i virkeligheten (Shields 1991: 60).

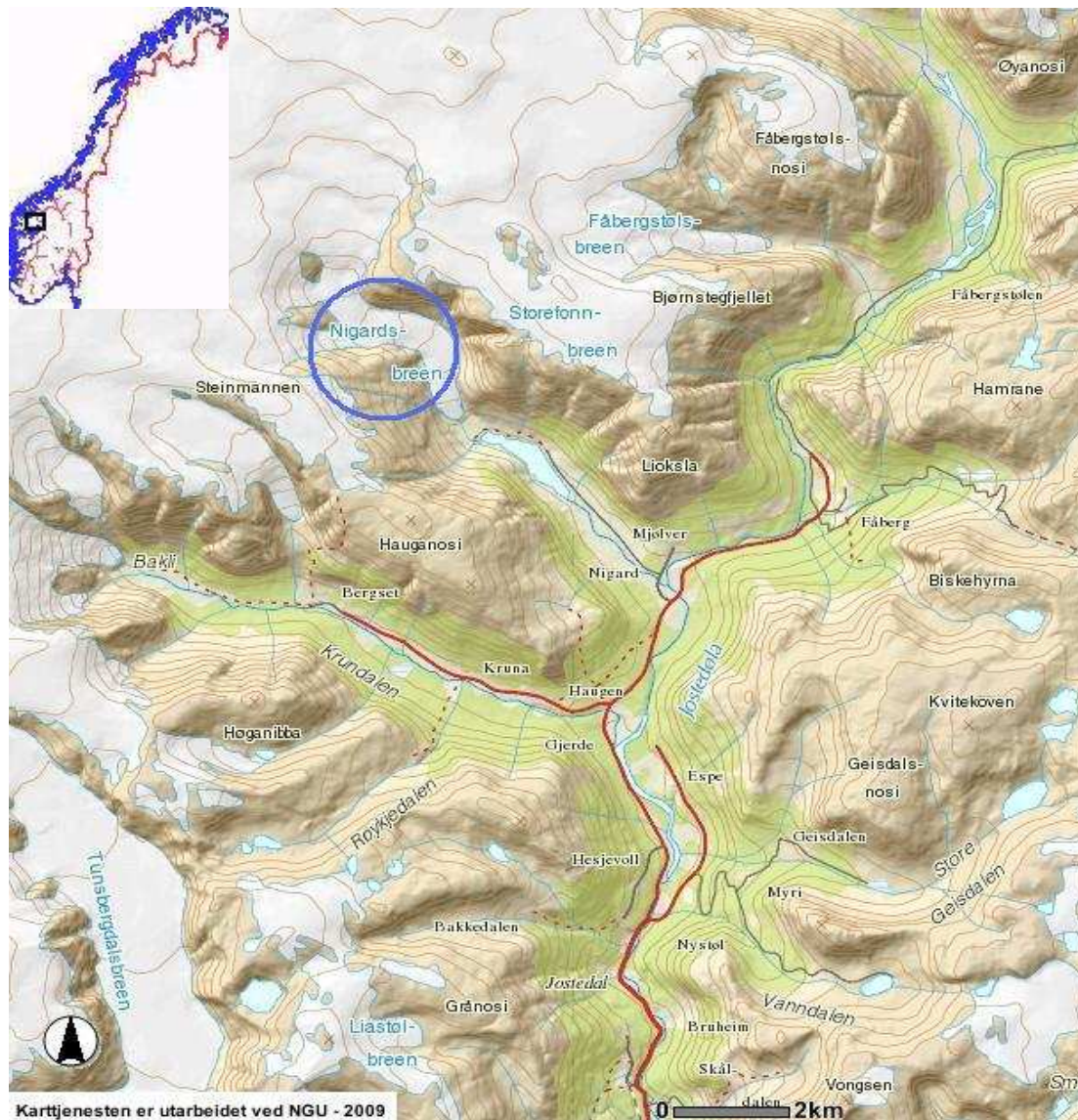
Turistnæringen skaper og bruker stedsmyter. På den ene siden bruker turistnæringen det som allerede eksisterer, det vil si, steder og rom slik som de fremstår og kjennes i dag. På den andre siden skaper turistnæringen nye stedsmyter. Dette skjer gjennom en prosess der steder blir knyttet til bestemte aktiviteter, attraksjoner, karakteristikk og kvaliteter. I alle tilfeller blir steder begrenset til trekk som ikke representerer dem slik som de egentlig er. I henhold til turisme skapes det et produkt ved å overfokusere på enkelttrekk. En stedsmyte er derfor en reduksjon til det stereotypiske og generelle. I praksis er stedsmyten det som selges av turistnæringen, og turistene er kjøperne av myten. Vi har da noen som produserer og noen som forbruker stedsmyter. Turistisk produserte myter fokuserer på det ekstraordinære, og dermed blir stedsmyten særpreg markedsført. Natur, med sine egne myter, er ofte sentralt i markedsføringen av steder, da som et bearbeidet eller uforandret produkt. I situasjoner der stedsmyten er hovedsakelig skapt rundt en naturlig attraksjon, vil turister også ha forventninger om å få oppleve akkurat denne attraksjonen som er ”produsert” av naturen. Dette stykket av naturen, er fremdeles, selv i en uforandret tilstand, kommodifisert. Naturen

har da blitt integrert i stedsmyten. Dette forholdet mellom det som produseres, kjøpes, og oppleves er nødvendig for at en stedsmyte kan gjenskapes, eller vedlikeholdes over tid.

Shields (1991: 60-61) skiller mellom *kjernebilder* og *periferibilder*. Kjernebilder er generelt aksepterte og vanlige ideer om et sted eller rom. Slike bilder er konnotasjoner knyttet til steder. De er stabile og grunnleggende antagelser som slår rot ettersom de kan effektivt kommuniseres innad i kulturer. Periferibilder er ikke så dominerende som kjernebilder, og er ofte kortlevde. De har gjerne sitt utspring idiosynkratiske assosiasjoner og individuelle opplevelser. Stedsmyter er ofte konstruert gjennom det visuelle. Bilder kan hjelpe folk til å konkretisere steder. Noen bilder vil utgjøre kjernen i en stedsmyte, og er en årsak til at noen stedsmyter forblir stabile. Slike bilder illustrerer grunnleggende kvaliteter eller karakteristikk ved et sted som har endret seg lite i gjennom tiden. Andre bilder er overfladiske og kortlevd. Slike bilder har ikke så mye å si for den grunnleggende oppfattelsen av et sted, men kan sies å gjenspeile midlertidige kvaliteter innen bestemte tidsrom. Vi kan si at stedsmyter er stabile, men fleksible på samme tid (Birkeland 2005: 34).

I dette prosjektet blir det tatt utgangspunkt i Nigardsbreen. Det er, som med alle steder, et sted med sin egen stedsmyte. Dette innebærer at Nigardsbreen er et sted vi kjenner gjennom generelle bilder. Vår oppfatning av Nigardsbreen fokuserer på kjernebilder som natur, og mer konkret, isbre og de tilknytninger som vi føler tilhører et slikt fenomen. Naturlig i denne sammenhengen vil være å assosiere stedet med aktiviteter knyttet opp mot isbreer, for eksempel, brevandring og klimaforskning. Dette er også historisk stabile aspekter; grunnlaget for de oppfatningene vi har om stedet i nåtid. Perifere bilder knyttet til Nigardsbreen er gjerne kortlevde personlige assosiasjoner, og ikke etablerte intersubjektive assosiasjoner slik som kjernebilder.

KAPITTEL 4: NIGARDSBREEN



Figur 4.1: Kartutsnitt over øvre del av Jostedalen. Nigardsbrens lokalisering er markert av den blå sirkelen. Kartet er hentet fra Norges geologiske undersøkelse (www.ngu.no).

Nigardsbreen ($61^{\circ}42'N$, $7^{\circ}08'E$) er en utløper fra Jostedalsbreen med et samlet areal på 48 km^2 , og er dermed regnet som en av Jostedalsbrens største brearmer. Breen strekker seg fra 320 moh til 1960 moh og drenerer ut i Nigardsvatnet (Andreassen, Elvehøy, Giesen, Jackson, Kjølmoen, & Tvede 2009: 33). Jostedalsbreen nasjonalpark er lokalisert i Sogn og fjordane og befinner seg innenfor grensene til Balestrand, Førde, Gloppen, Jølster, Sogndal og Stryn kommune. Jostedalsbreen nasjonalpark er en av de største nasjonalparkene i Norge og dekker et totalt areal på 1315 km^2 . Omtrent halvparten av Jostedalsbreen nasjonalpark er dekket av is, og mye av området ligger 800 moh (Weichert 2008: 35).

Nigardsbreen er lokalisert i Jostedalen som ligger på østsiden av Jostedalsbreen. Jostedalen er for øvrig en del av Luster kommune, Sogn og fjordane. Selve dalen strekker seg over 4 mil og følger elva Jostedøla. Elvens kilde er Jostedalsbreen i nord, og videre følger den Jostedalen til utløpet i Gaupne ved Gaupnegjorden. Det samlede innbyggertallet i Jostedalen er omtrent 430 innbyggere. Da er også sidedaler som Leirdalen, Vigdalen og Krundalen inkludert (Weichert 2008: 46). Gaupne, som er kommunesenteret i Luster kommune, er da ikke inkludert i folketallet. Basen under feltarbeidet var Gjerde, en grend i Jostedalen langs riksvei 604. Et sted de besøkende til Nigardsbreen og Breheimsenteret må passere, av den grunn at gjennomferdsel i Jostedalen er umulig (riksvei 604 er eneste vei både inn og ut av Jostedalen). Omtrent 2,5 km nord for Gjerde ligger Mjølversdalen, og i munnen på denne dalen finner en Breheimsenteret. Fra Breheimsenteret har en utsikt, veiforbindelse og er i gåavstand til Nigardsbreen. Vest for Gjerde ligger Krundalen, og ca. 6 km innover i Krundalen ligger Bergsetbreen, en isbre som ikke markedsføres på lik linje med Nigardsbreen. På østsiden passerer Jostedøla.

I dag er det hovedsakelig to aktiviteter, i form av forskning og turisme/rekreasjon, som forbindes med Nigardsbreen. Det har vært gjort mye forskning på stedet tidligere, men overvekten av studiene er knyttet til naturvitenskap. De fleste arbeid som kan oppdrives omhandler studier av breen, enten som en unik landform, eller som et av mange utgangspunkt for å observere endringer i kryosfæren (snø og is). Norges vasskraft- og energidirektorat (www.nve.no) har blant annet jevnlig massebalansemålinger av Nigardsbreen. Dette er data som brukes innen klimaforskning, både i Norge og internasjonalt. Stedet blir også ansett som interessant innen studier av plantesuksesjon, ettersom et område med aktive breer kan gi innsyn i situasjonen som oppstår etter en deglasiasjonsperiode.

I området finnes det en rekke økonomiske virksomheter, som er direkte og indirekte knyttet til Nigardsbreen, eller andre lokale breer. Det finnes, blant annet, muligheter for Breturer av varierende vanskelighetsgrad på breer i området. Dette er tilbud som er tilgjengelig gjennom de to breførerlagene som opererer i området. En har også muligheter for ferdsel på bresjøer i form av kajakkpaddling, og rafting i smeltevannselvene. Motorisert adgang til selve Nigardsbreen er regulert av en bompengoordning, men til fots er adgangen gratis. Det er også muligheter for skyss til brefronten via båt over Nigardsvatnet. Den største attraksjonen ved

siden av Nigardsbreen er Breheimsenteret, et informasjonssenter tilknyttet Jostedalsbreen nasjonalpark, og er ellers viktig for organiseringen av aktivitetene tilknyttet de lokale breene. Senteret fungerer også som et museum og opplevelsessenter for Jostedalsbreen. Ellers vil en finne overnattingsmuligheter i form av et hotell og to campingplasser. En komplett liste over stedets aktiviteter og tilbud er tilgjengelig gjennom Breheimsenterets hjemmesider (www.jostedal.com).



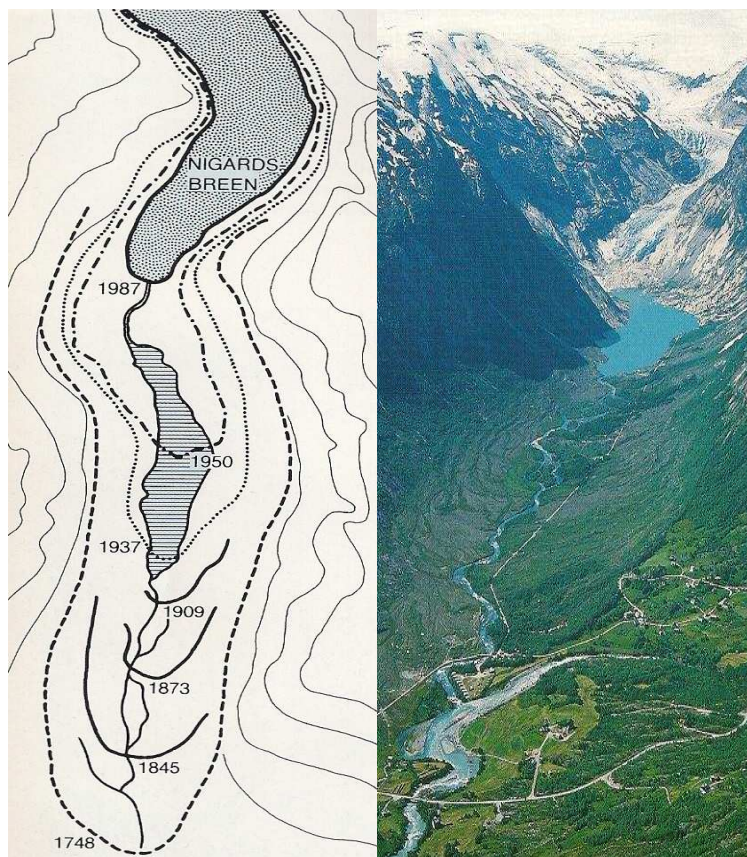
Figur 4.2: Nigardsbreen og Breheimsenteret, lokalisert i Nigardsbreen naturreservat. Fotografi: Håkon Randal 2008.

Flere av de viktigste attraksjonene og tilbudene for besøkende i Jostedalen er knyttet opp mot Jostedalsbreen og dens brearmer. Den mest populære attraksjonen tilknyttet Jostedalsbreen er Briksdalsbreen i Stryn med 235 000 besøkende årlig. For Jostedalen sin del hadde Nigardsbreen 43 000 besøkende, mens Breheimsenteret hadde 32 000 gjester i 2001 (Aall, Brandshaug, Aurvåg Farsund, Hauge, Nødland, Pettersen, Rusten & Ytterdal 2006: 125). Nigardsbreen kan derfor regnes som den mest populære attraksjonen i Jostedalen. Attraksjonene har sannsynligvis økt i popularitet, men det er vanskelig å stadfeste dette gjennom nøyaktige tall. Det hevdes i forvaltningsplanen for Nigardsbreen naturreservat at

området ved Nigardsbreen hadde et årlig besøkstall på mer enn 50 000 (Dybwad 1994: 36). I følge Teigland (2003: 26) hadde området et årlig gjennomsnittlig besøkstall på 38 000 i tidsrommet 1987-2001, med 55 000 som besøkstopp i 1994.

4.1 NIGARDSBREEN I ET HISTORISK PERSPEKTIV

Nigardsbreens frontposisjon har endret seg mye opp gjennom tidene. I tidsrommet ca. 1400-1930 var klimaet kaldere enn det som er tilfellet i dag. Under denne perioden hadde verdens isbreer gode vekstforhold, og vi kaller denne tiden for ”Den lille istiden”. Fra 1600-1750 var veksten størst (Wold 1989: 42). Det var i denne perioden at Nigardsbreen var på sitt største, og breens maksimum ble nådd i 1748. Siden den gang har breen vekselvis gjort fremsteg og tilbakerykninger, men generelt kan det sies at breen har trukket seg tilbake. Under tiden da



Nigardsbreen ekspanderte til sitt største slukte den også gårdene Nigard og Mjølvær, og i prosessen ødelagte den også jordbruksareal for andre gårder i dalen. Det er gjennom denne hendelsen at breen har fått sitt nåværende navn (Bruaset 1996: 118). Den raskeste fremrykningen skjedde i mellom 1710-1735. I dette tidsrommet rykket breen frem 112 meter i året, eller ca. 30 cm i døgnet. Da Nigardsbreen nådde sitt klimaks stod brefronten ca. 4 km lengre fremme enn det den gjør i dag (Nesje 2008: 41).

Figur 4.3: Illustrasjon over Nigardsbreens frontposisjoner i perioden 1748-1987. På sitt største ville brefronten befunnet seg helt nederst i fotografiet. Figur og fotografi er hentet fra Ryvarden & Wold (1996).

4.1.1 Jostedalsbreen: fra en nødvendighet til rekreasjon

Jostedalsbreen har tidligere vært et hinder, men også en nødvendig forbindelse til de omliggende bygdene. Breen har dominert landskapet i lange tider, og i sine mest aktive perioder, vært ansvarlig for å skape vanskelige levevilkår. Med en virksom isbre i nærheten var Jostedalen langt fra et optimalt jordbruksområde. Hvis ikke Jostedalsbreen og dens brearmer gjennom sine fremrykk ødelagte jordsbruksareal, kunne den indirekte forringe lokale forhold gjennom flom og kalde somre (Faaberg 1989a).

Jostedalen var i lang tid et isolert sted, og veiforbindelsen var dårlig utbygd også på 1800-tallet. Områdets topografi gjorde ferdsel til og fra dalen vanskelig. I dag går riksvei 604 gjennom dalen, men gjennomfart i Jostedalen er fremdeles ikke mulig, ettersom riksveien er den eneste veien både inn og ut av dalen. I tiden før tilfredsstillende veiforbindelse var ferdsel over breen en nødvendig praksis for levegrunnlaget i Jostedalen. Breen ble en transportåre, og tjente som et utgangspunkt for handel mellom Jostedalen og bygdene på andre siden av breen. Ved ferdsel over breen var det mulig å forsyne dalen med korn og buskap. Samstundes gjorde breen det mulig å føre buskap ut av dalen. Denne eksporten og importen av buskap ble foretatt av såkalte driftekarer, folk som spesialiserte seg på føring av buskap over Jostedalsbreen. Ferdselen over breen var en praksis som ble holdt ved like utover første halvdel av 1900-tallet. Jostedalsbreen ble et grunnlag økonomisk aktivitet, et levegrunnlag for innbyggerne, men fungerte også som et kommunikasjonsledd med områdene utenfor.

Å entre Jostedalen var ofte en kraftanstrengelse ettersom bygda var avsidesliggende. Området var til gjengjeld så spesielt at det tiltrakk både turister og vitenskapsmenn. Inntrykkene var likevel varierte. Beskrivelsene var ofte ekstreme og konfliktfylte. For noen fremstod området som en ugjestmild, ufremkommelig og skremmende villmark. For andre fremstod Jostedalen som et vakkert og fascinerende sted. Det var i stor grad naturen som gjorde inntrykk på utenforstående, noe som kommer frem i beskrivelser av Jostedalen, men historier som dette var nok en viktig årsak til at stedet fremstod som forlokkende for utenforstående. Under et besøk i 1823 beskrev historikeren Gustav Blom Jostedalen som: *”...en mørk dal , med skumle, himmelhøie fjelde og en melkevit elv i bunden. Jeg drog dalen fra ende til ende, bestæg breen og spreidede oppmerksomt etter alt, hva der kunne forsone mig med dette afhul, men av ynde fandt jeg intet, af majestetisk naturskjønnhed kun lidt, men av redsler meget, og*

kom til den overbevisning, at man må have en anden smak end min, for at finde noget smukt her...Jeg fant meg så vel ved at være kommet herfra, at jeg, hvor kjært det var mig at have vært her, dog erkjendte, at man måtte være kommanderet, for at gjøre denne turen om igjen” (Kjærvik 1989: 80). Geologen James Forbes uttalte i 1851: ”...rideturen bød på *skjønnhetsinntrykk som langt overtraff våre forventninger. Det er en av de få norske daler – av dem jeg har sett – som virkelig kan måle seg med Sveits. Selv om det ikke er noen kjørevei, er den omhyggelig anlagt på alle farlige steder; nesten hele strekningen følger den Storelvens viltre løp, og til tider stiger veien til anselige høyder, der man har majestetiske utsyn”* (op.cit.: 80). Den tyske geologen Leopold Von Buch besøkte Jostedalen i 1806, og i likhet med Forbes var han mektig imponert over de dominante breene i landskapet. Han uttrykte i ettertid til folk i Bergen, Oslo og København at en burde oppsøke Jostedalen fremfor Alpene (op.cit.: 81).

I denne tiden var deler av breene ufullstendig kartlagt. Dette tiltrakk vitenskapsmenn og eventyrere, personer som ønsket og utforske breene. Breene ble fullstendig utforsket gjennom 1800-tallet (Kjærvik 1989: 79). Kartleggingen av Jostedalubreene var derimot ikke en prosess som pionerene stod for på egenhånd. Bønder som tidligere hadde ferdes på breene ble leid inn som breførere. Et naturlig valg siden de hadde opparbeidet seg kunnskap om ruter gjennom sin nyttebruk av breene.

Turisme i relasjon med breene etablerte seg gradvis fra 1850 (Bruheim 1989). Utover 1900-tallet tok turismen over (Kjærvik 1989: 79-80), og etter annen verdenskrig ble aktivitet på breene trukket mot et rekreasjonsfokus (Faaberg 1989b: 78). Ferdselen over breene ble gradvis institusjonalisert. I 1890 innførte Den norske turistforening en patentordning på breføring. Dette var da en modell basert på systemet i Sveits, et land som også hadde tilknytning til breer. Hvert år måtte patentet fornyes og godkjennes, dette var sesongbasert. Ordningen fra Den norske turistforeningen organiserte ferdsel over breene ved å ansatte bre- og fjellførere. Dette var folk som skulle ha kjennskap til spesielle ruter, samt tilpasse seg kundenes individuelle behov (Bruheim 1989).

KAPITTEL 5: METODISK GRUNNLAG

5.1 INTRODUKSJON

I dette kapittelet vil prosjektets praktiske og metodiske sider bli gjennomgått. Først vil forarbeidet til feltarbeidet forklares kort. Deretter vil det bli greid ut om feltarbeidets fremgangsmåter og hvordan feltarbeidet faktisk ble utført. Her vil det bli gått inn på hvor, og hvordan datainnsamlingen ble foretatt. Det vil også være en kort beskrivelse av informantutvalget. I neste del vil metodene for datainnsamling beskrives. I første omgang vil metodene som ble brukt under og etter feltarbeidet presenteres. Dette er metoder som ble brukt for innsamling, og senere strukturering av datagrunnlaget. Neste seksjon tar for seg de verktøy som har blitt brukt i prosessen der data ble skapt. Det vil da bli en gjennomgang av de semiotiske metodene som ble benyttet i analysekapittelet.

5.2 FORBEREDELSENE TIL FELTARBEIDET

Perioden før feltarbeidet ble brukt til å sette seg inn i relevant litteratur. Gjennom litteratur ble det skapt et teorisk og metodisk grunnlag som feltarbeidet kunne baseres på. På forhånd var det bestemt at prosjektet skulle ta utgangspunkt i kvalitative metoder. Av den grunn ble det bestemt at intervju ville være sentralt under feltarbeidet. I tiden før feltarbeidet ble det derfor laget en intervjuguide som skulle brukes under intervjuene. For å utforme relevante spørsmål var det derfor nødvendig å ta utgangspunkt i det teoretiske grunnlaget som allerede var opparbeidet.

Fra før visste jeg lite om stedet der feltarbeidet skulle utføres. Det var derfor nødvendig å besøke stedet på forhånd slik at de praktiske sidene ved feltarbeidet kunne planlegges bedre. I slutten av juni 2008 valgte jeg derfor å oppsøke området ved Nigardsbreen. Selve besøket varte i 5 dager. Hensikten ved besøket var å skaffe oversikt over området, samt skaffe informasjon angående overnatting og transport.

Under prøvelfeltarbeidet fikk jeg oversikt over de tingene som jeg ønsket å få klarhet i. Det ble samtalen med diverse lokale aktører, men under prøvelfeltarbeidet besøkte jeg også

Nigardsbreen, Breheimsenteret, tok feltnotater og skaffet en viss oversikt over hvilke aktører som opererte i området, samt et overblikk over de aktivitetene som ble tilbudt.

Videre prøvde jeg også ut intervjuguiden som var laget på forhånd. Tidligere hadde jeg lite erfaring med å utføre intervjuer, og prøvefeltarbeidet gav gode muligheter for akkurat dette. På denne måten fikk jeg klarhet i hvor lang tid intervjuene tok, og til en viss grad, hvordan intervjuguiden fungerte. Ved å gjennomføre prøvefeltarbeidet fikk jeg overblikk av området og en oversikt over de mulighetene som var tilgjengelig. På denne måten fikk jeg et perspektiv over hva som kunne forventes under hovedfeltarbeidet i august.

5.3 FELTARBEIDET

Hovedfeltarbeidet fant sted fra 5-19 august-2008. Under prøvefeltarbeidet fikk jeg opplyst at begynnelsen av august var tiden med det største besøksantallet i området ved Nigardsbreen. Ut i fra opplysningene var det dermed fornuftig å legge feltarbeidet til denne tiden. Årsaken til denne beslutningen var basert på et ønske om best mulig tilgang på informanter. Under prøvefeltarbeidet kom jeg frem til at stedet jeg var innlosjert på var også den beste plassen for intervju. Samtlige intervju med besøkende ble derfor foretatt på Jostedal camping, Gjerde.

Hovedtyngden av informanter var turister. Turistene brukte campingplassen som en base under oppholdet i området. Av den grunn ble campingplassen vurdert som det mest fornuftige stedet for å gjennomføre intervju. Begrunnelsen for dette var: 1) lett og god tilgang på informanter, 2) potensielt utvalg av både norske og utenlandske besøkende, og 3) et nøytralt sted med en avslappet atmosfære.

Siden feltarbeidet var lagt til den mest aktive perioden i området var det også alltid tilgang på informanter. Av de utenlandske informantene blir det fortalt at Nigardsbreen ikke var hovedpoenget med å besøke Norge. Mange av dem var på en rundtur i Norge der de ønsket å få med seg flere steder og attraksjoner. Nigardsbreen er en lett tilgjengelig attraksjon dersom en velger å kjøre en rute langs Vestlandskysten. De besøkende oppholdt seg derfor ikke over lengre tid i lokalområdet. Det er finnes enkelte unntak, men informantene i denne kategorien er i mindretall.

5.3.1 Intervjuprosessen

Som tilreisende personer til området hadde informantene en hensikt med besøket. De var dermed opptatt for det meste av dagen. Utover kvelden hadde informantene fått oppleve områdets attraksjoner, og de hadde fått muligheten til å innlosjere seg selv. Kvelden var derfor den beste tiden for intervju. Intervjuene ble gjort mellom 18.00-22.00, siden dette var tidspunktet der folk flest ikke hadde dårlig tid, eller planer om å besøke attraksjonene i området. Seleksjonen av informanter var tilfeldig. Det vil si, informantutvalget ble valgt ut spontant, og det var ingen bestemte kriterier for valg av informanter satt på forhånd, da gjestene ved Jostedal camping var, i stor grad, en homogen gruppe. Selve intervjuprosessen var inndelt i tre faser:

Fase 1: Var å henvende meg til mulige informanter (personer som ikke var opptatt med andre ting). Deretter presenterte jeg meg ved navn, forklarte at jeg var en masterstudent tilknyttet Institutt for geografi ved UIB. Til slutt spurte jeg om de potensielle informantene om de ønsket å bidra til mitt masterprosjekt.

Fase 2: Om vedkommende var villig til dette spurte de som oftest om prosjektets formål. Dersom informantene ikke spurte om dette ble de informert. Informasjonen ble gjort muntlig, men samtlige informanter fikk utdelt et informasjonsbrev som forklarte prosjektets hensikt og innhold. Det ble også informert om informantenes rettigheter i henhold til personvern. For øvrig, Informasjonsbrev og samtykkeerklæring er tilgjengelig i seksjonen for vedlegg.

Fase 3: Denne fasen var selve intervjuet. Et intervjus varighet kunne variere mellom 20-60 minutter, men gjennomsnittlig lengde på intervjuene kan sies å være 30-40 minutter. Noen av de tidligste intervjuene var korte. Grunnene til dette var at spørsmålene ikke var godt nok utprøvd, men en annen grunn kan ha vært enkeltinformanters manglende interesse for tema. Gjennom de innledende intervjuene ble intervjuteknikk og intervjuguide både utprøvd og forbedret. Under intervjuene ble det brukt intervjuguide, og det ble gjort opptak av samtalene (etter samtykke fra informantene).

5.3.2 Informantutvalget

Totalt ble det gjort 19 intervju med besøkende, til sammen 35 personer. Det ble også gjort 4 tilleggsintervju med lokale aktører, det vil si, personer som eide foretak i området. Dette var

foretak som hovedsakelig knyttet driften opp mot turistnæring. De lokale aktørene var ikke hovedfokuset, men var ment som et supplement for data. Det var mulig at de intervjuene som ble gjort med lokale aktører kunne brukes ved en senere anledning. Informanter i hvert intervju varierte i fra 1 til 5 personer. Noen av intervjuene ble holdt med informanter fra ulike nasjonaliteter, noe som gjør kategoriseringen av antall intervju knyttet til individuelle nasjonaliteter problematisk. Informantene kom hovedsakelig fra Europa, men det var også innslag fra Australia. Antall informanter for hver av de representerte nasjonene var følgende:

NASJONALITET	ANTALL INFORMANTER
Australia	2
Danmark	1
England	2
Italia	2
Nederland	10
Norge	7
Sveits	2
Tyskland	9
Totalt:	35

Figur 5.1: Tabell som viser informantenes nasjonalitet og antallet informanter knyttet til hver nasjonalitet.

Informantutvalget bestod hovedsakelig av turister, men det var også informanter som hadde tilknytning til området gjennom slekt og familie, samt studenter som hadde en akademisk interesse i området. I utvalget blir forskjellige nasjoner representert. De norske informantene ble intervjuet på norsk, mens alle intervjuer med utenlandske informanter ble holdt på engelsk. Dette kan ha begrenset informantenes evne til å uttrykke seg, ettersom engelsk ikke var informantenes førstespråk med unntak av informantene fra Australia og England. Resultatene i analysekapittelet kan derfor være påvirket av en språklig barriere, siden informantenes engelskkunnskaper varierte. De aller fleste intervju var vellykket i den forstand at kommunikasjonen mellom intervjuer og informant var god. I noen intervjuer hadde informantene problemer med å uttrykke seg slik som de ønsket. Dette kan være problematisk ettersom engelsk ofte er et andre, eller tredje språk for mange informanter. Det kan derfor oppstå språklige vanskeligheter i situasjoner der intervjuer føres på tvers av kulturer (Smith 2003: 185-186).

5.4 METODER FOR DATAINNSAMLING

Data finnes overalt, men de kan ikke stå på egenhånd. Data må settes i en kontekst for at de skal gi mening. Denne delen av kapitlet beskriver metodene som ble brukt for å samle inn data. Det må poengteres at data blir ikke oppdaget i felt, men de blir skapt i etterarbeidet av forskeren. Gjennom intervjuene ble det bygget opp et fundament for videre bearbeiding. I dette prosjektet skal data bli produsert gjennom tekstanalyse, men for å kunne analysere måtte intervjuene transkriberes. Det vil nå bli kort gått igjennom metodene som ble brukt under, og i etterkant av feltarbeidet.

5.4.1 Valg av informanter

Gjennom intervju får en innsikt i hvordan personer opplever og forstår ulike tema og situasjoner. Det er likevel forskjellige måter en kan velge informanter på. Bradshaw & Stratford (2005: 75) nevner to måter. Den ene måten er et kriteriebasert utvalg (criterion sampling). Det innebærer at en velger informanter som møter bestemte kriterier. I henhold til dette prosjektet kan dette være personer som er: besøkende i området, eller lokale aktører som livnærer seg på å skape opplevinger og tilbud for de besøkende. Den andre fremgangsmåten for valg av informanter er tilfeldig utvalg (convenience sampling). Her velges det ut tilfeldige personer som befinner seg i nærheten av stedet en vil utføre intervju. Fordelen med denne måten er at en sparer tid, penger og arbeidsmengde, men noen ganger kan denne formen for informantutvalg gi data med dårlig nøyaktighet. Når en velger ut informanter bør utvalget ha erfaringer tilknyttet det temaet som forskningsarbeidet vil undersøke. På samme tid vil besøkende på dette stedet sannsynligvis oppfylle forhåndsbestemte kriterier, dermed kan de heller ikke regnes som tilfeldige.

5.4.2 Semi-strukturert Intervju

Burgess (1984: 102) betegner intervju som "*conversations with a purpose*". I dette prosjektet ble det benyttet semi-strukturerte intervju. Andre intervju typer som strukturerte og ustrukturerte intervju vil ikke bli presentert. Innen semi-strukturerte intervju brukes det en intervjuguide, og intervjuets tema er bestemt på forhånd. Semi-strukturerte intervju er dermed

standardiserte, men på ingen måte like fastlåste som strukturerte intervju. Informant og intervjuer samtaler på en uformell måte, men intervjuer sørger for at samtalen ikke sporer av, og at informanten holder seg til tema. På denne måten kan informanten utdype sine svar, og intervjuet blir mer fleksibelt, i den forstand at intervjueren ikke må følge en bestemt oppskrift i intervjuprosessen, men har muligheten til å endre rekkefølge, legge til, eller fjerne spørsmål under intervjuet (Kitchin & Tate 2000: 214). Fordelen med denne formen for intervju er at en får detaljerte svar og meninger, i stedet for kategoriserte svar som preger strukturerte intervjuer og spørreundersøkelser, det vil si, ja/nei svar (Longhurst 2003: 119).

Under feltarbeidet fungerte denne intervjuformen på en tilfredsstillende måte. Det var tilfeller der noen informanter viste større interesse i intervjuet enn andre. Dette gjenspeiler seg i lengden til de individuelle intervjuene, som for øvrig varierte fra 20-60 min. I hvilken grad intervjuene fremstod som vellykkede var også påvirket av informantenes språkferdigheter. Samtlige intervju ble gjennomført på engelsk eller norsk. I enkelte tilfeller ble språket en barriere, og det kan da spørres; i hvilken grad informantene tolket spørsmålene fra intervjuguiden, og videre, hvor bra de klarte å uttrykke seg? Det var derfor nødvendig å lage alternative formuleringer til spørsmålene, siden det ikke var uvanlig at informantene ikke forstod, eller misforstod enkelte spørsmål. Spørsmålene i intervjuguiden ble derfor endret etter behov, en prosess som var pågående under hele feltarbeidet.

5.4.3 Intervjuguide

En intervjuguide er en oversikt med generelle tema du vil dekke under et intervju, et nyttig hjelpemiddel for intervjuer i semi-strukturerte intervjuer. Ved å bruke en intervjuguide har jeg hatt en liste med tema eller nøkkelord som kunne minne meg på viktige momenter innen diskusjonen (Dunn 2005: 82). Videre skriver Dunn at for personer som ikke har lang erfaring med intervjuer bør benytte intervjuskjema. Et intervjuskjema er en liste med spørsmål som er formulert på forhånd. Styrken til intervjuskjema er at en har en bestemt struktur for intervjuet, noe som sørger for at en ikke formulerer unøyaktige og tvetydige spørsmål.

For dette prosjektet ble det brukt en kombinasjon mellom intervjuguide og intervjuskjema (prosjektets intervjuguide er tilgjengelig i seksjonen for vedlegg). På forhånd var spørsmålene formulert, og alle intervju fulgte samme formel, men informantene ble gitt mye rom til å

utdype svarene sine til hvert spørsmål. Det ble gjort endringer underveis, grunnet at informantene synes noen av spørsmålene var for åpne, og dermed vanskelig å svare på. De hadde derfor, i noen tilfeller, vanskeligheter med å tolke spørsmålene. Løsningen som jeg benyttet var å utarbeide flere formuleringer på et enkelt spørsmål. Dersom informantene ikke forstod spørsmålet var det mulig å velge en annen formulering, og på denne måten ble spørsmålet forståelig. Intervjuet som ble brukt ovenfor besøkende var delt opp i 3 hovedtema:

- Tema 1 - Seksjon 1-3: sted, fremstilling og personlig opplevelse av stedet
- Tema 2 - Seksjon 4: Klimapreferanser
- Tema 3 - Seksjon 5: Samfunn og naturrelasjoner

Seksjon 1-3 av intervjuet tok utgangspunkt i Nigardsbreen som sted. Hensikten for denne delen av intervjuet var å avdekke hva slags grunner informantene hadde for å oppsøke akkurat dette stedet, inntrykket informantene fikk av stedet gjennom produsentenes fremstilling, og informantenes vurdering av den faktiske opplevelsen de har fått gjennom besøket sitt. Seksjon 4 tar for seg informantenes individuelle preferanser angående vær og klima i dagligliv og fritid. Seksjon 5 er relatert til informantenes standpunkt angående forholdet mellom samfunn og natur.

5.4.4 Opptak

I de fleste bøker som omhandler kvalitativ metode beskrives ulike hjelpemiddel som forskeren kan benytte seg av under et intervju. En kan enten notere det som blir sagt, eller en kan spille inn intervjuene ved hjelp av ulike typer av innspillingsmedia. På denne måten trenger en ikke å fordele oppmerksomheten på flere ting, det vil si, stille spørsmål, registrere det som blir sagt, samt, notere svarene. Det er ofte lett å bli distraheret under slike forhold, og intervjuene blir oppstykket og mister dynamikk. Ved opptak kan også intervjuene gjengis i stor detalj, i motsetning til dersom en støtter seg bare etter notater (Valentine 2005: 123-124). I situasjoner der opptak brukes kan intervjuet påvirkes i den grad at informantene blir oppmerksom på at samtalen blir spilt, og dermed endrer oppførsel deretter, ettersom en da blir påminnet om at intervjuet ikke er en uformell samtale. Opptak medfører også et etisk ansvar,

dette kommer an på forskningens innhold (Evans 1988: 209). I dette prosjektet ble alle opptak gjort med informantenes samtykke.

5.4.5 Transkribering

Alle intervjuer ble transkribert i etterkant. Transkriberingsprosessen er svært tidkrevende. Likevel er transkribering essensielt, fordi, det er en prosess som gir deg kjennskap til datamaterialet. Ved å høre igjennom materialet kan en velge ut hvilke intervju som er relevant, og hvilke intervju som ikke er relevant. Et intervju inneholder så mye data at det vil være svært vanskelig å analysere dem dersom de ikke har blitt konvertert til en tekst (Dunn 2000: 73). Intervjuene som ble foretatt under feltarbeidet varierte mellom 20-60 minutter i varighet. I samtaler som strekker seg over et slikt tidsrom blir det derfor sagt mange ting. Det var derfor fordelaktig å anvende opptak. I etterkant ble det skapt manuskript av intervjuene med den hensikt at de skulle brukes som en basis for videre analyse.

5.5 PRODUKSJON AV DATA

Et manuskript er en tekst basert på en samtale som er blitt oppfanget gjennom opptak. En stor del av kvalitativ forskning er rettet mot å forstå hvordan en person eller gruppes subjektive oppfatning av verden er (Conradson 2005: 140-141). Å hevde at en tekst bare har en mening kan betraktes som naivt. I en tekst kan det være flere lag med meninger som ligger oppå hverandre, og ofte kan slike meninger være motstridende (Forbes 2003: 127).

I dette mastergradsprosjektet har det blitt tatt utgangspunkt i kvalitative metoder. Den praktiske metoden som data har blitt samlet på er gjennom intervju. Jeg har deretter rekonstruert det som ble sagt i intervjuet gjennom et manuskript. Et manuskript i seg selv er ikke datamateriale, men kan anses som et hjelpemiddel for den som skal ta utgangspunkt i det kvalitative materialet. Gjennom analyse av kommentarer fra informantene kunne jeg produsere meningsfulle data. Det er viktig å understreke at data ikke samles inn, men at de produseres av forskeren (Aase 1997: 143).

5.5.1 Observasjoner

Det er viktig å legge til at dataproduksjon er avhengig av observasjoner. Observasjoner er noe vi foretar oss til en hver tid, men observasjoner i seg selv er ikke data. Observasjon er noe en merker seg, mens data er noe en har merket seg og stilt i forhold til noe annet en har merket seg (Wadel 1991: 78-79). Observasjoner må plasseres i kategorier, og først når dette har skjedd kan data produseres. I dette prosjektet har det blitt benyttet intervju, og på denne måten kan det være mulig å få oversikt over de begrep og kategorier som informantene bruker i sin forståelse av et fenomen (Aase 1997: 147). Metoden for å få innsikt i akkurat dette har vært en kombinasjon mellom direkte og indirekte observasjon. På den ene siden hadde jeg rolle som både forsker og turist under feltarbeidet. På andre siden var intervjuene planlagt i forveien, men hadde en viss grad av fleksibilitet. I kvalitativ forskning er observasjoner grunnlaget for de resultatene som framstilles, men forskeren selv er selektiv i hvilke observasjoner som er viktige. Forskeren bestemmer også hvilken kontekst observasjoner skal tolkes i, ettersom forskningsprosjektet i seg selv er avgrenset til noe spesielt (Wadel 1991: 76). Under analysen av transkriptene har fokuset vært rettet mot bestemte tema, og som forsker kan en søke etter ting av interesse. En observerer dermed selektivt, og en observerer ikke situasjonene direkte, men indirekte.

5.5.2 Strategi for analyse av data

I prosjektet er det semiotiske vektlagt. Analysen av datamaterialet har fokusert på: begrep og kategorier, metaforer, tegn, meningsproduksjon, denotasjoner og konnotasjoner. Her følger en presentasjon av metodene som ble brukt for å analysere feltarbeidets data.

Begreper og kategorier er essensielle hjelpemidler for å arrangere verden til noe meningsfylt. Forholdet mellom dem kan være forvirrende, siden et begrep er en kategori, mens kategorier er begreper som anvendes for å beskrive ulike former for fenomen. Kategorier er skapt gjennom sanseintrykk. En kategori er videre en inndeling av sanseintrykk som tilknyttes bestemte erfaringer. Aase (1997: 143) mener at en konstruktiv måte å forholde seg til begreper og kategorier er å skape et hierarkisk forhold mellom dem. De kan organiseres gjennom deres abstraksjonsnivå. Begrep kan oppfattes som abstrakte konstruksjoner fra

idéverden, mens kategorier er en måte å konkretisere, eller organisere begreper på. Kategorier er noe som kan oppleves, noe konkret, mens begreper er overordnede språklige kjennemerker som skapes innen kultur (Aase & Fåssaskaaret 2007).

Metaforer er språklige bilder. Et slikt bilde forklarer ikke noe eksplitt, men den tiltenkte meningen vil bli uttrykt gjennom et slikt bilde (Kjeldstadli 1997: 225-226). De er innvevd språket, og det deres bruk er ikke nødvendigvis tilsiktet. Vi bruker metaforer som et språklig middel, enten bevisst, eller ubevisst når noe skal uttrykkes. Metaforer kan variere i kompleksitet, og en har mange typer av metaforer. Som tidligere forklart vil kategorier tolkes ulikt i henhold til kultur. Det er derfor ikke sikkert at en metafor vil tolkes likt i alle kulturelle sammenhenger, fordi, ulike kulturer har forskjellige meningsystemer og oppfatninger av verden. Lakoff & Johnson (1980) beskriver tre hovedtyper av metaforer: strukturerende, orienterende og ontologiske metaforer. Det er også disse typene av metaforer som er vesentlige i dette prosjektet.

Gjennom språk er det mulig for mennesker å kommunisere med hverandre selv om det er på tvers av kulturer. Språk har grunnleggende elementer til felles. Et av de viktigste elementene er ulike former for tegn. Tegn er fundamentalt for hvordan vi strukturerer og formidler budskaper gjennom kommunikasjon. Vi kan organisere verden gjennom å skille mellom forskjellige typer av eksisterende objekter. Tegn vil da være en språklig representasjon av de objektene som verden består av. Tegnets funksjon er at det har en bestemt betydning. Det vil si, tegn representerer bestemte objekt. Validiteten til et tegn vil variere med konsensus. Vi må altså være enig om hva et tegn representerer for noe. Vi har tre former for tegn (Aase & Fossåskaret 2007: 144-145): 1) Et *ikon* er en visuell representasjon av et objekt. Bilder og kart er eksempel på ikoner. 2) En *indeks* er resultatet eller effektene av et objekt. Røyk er en indeks til ild, eller fotspor er en indeks etter gange. 3) Et *symbol* refererer til et objekt i henhold til kulturell enighet. Språket er en samling med symboler. Et ord representerer et bestemt objekt, for eksempel, bok. Ordet bok symboliserer akkurat dette objektet fordi det er enighet om det.

Alle symboler består av to dimensjoner: den objektive og den subjektive Den objektive siden ved et ord omhandler symbolets definisjon. Vi kaller dette denotasjon. Det er den definisjonen som konsensus har bestemt at et symbol skal representere. Det vil si, den objektive og

deskriptive kvaliteten et ord har, eller definisjonen. Vi finner et ords denotasjon, for eksempel, i ordbøker og leksikon (Kjellstadli 1997: 224). Den andre siden ved et ord er subjektivt og basert på assosiasjoner. Dette kalles for konnotasjoner. Fuglestad & Mørkeseth (1997: 174) skriver at et ords konnotasjon står for meningen et ord frembringer, altså, et ords tilleggsbetydning. Dette er avhengig av personlige erfaringer, holdninger og følelser knyttet til meningsproduksjonen av et ord. Med andre ord, konnotasjoner er kulturelt betinget.

KAPITTEL 6: NIGARDSBREENS VERDI

Breturisme er et opplagt tilfelle av samfunnets relasjon til klima. Ved første øyekast blir det en kobling mellom samfunn og isbreer, men ved gjennomtenkning er dette også et eksempel på hvordan samfunnet bruker klima. Breturisme er en næring som produserer natur ved at de kommodifiserer et stykke natur i sin uarbeidede form. Selv om isbreer er kjernen i breturisme vil det være problematisk å redusere breene til noe rent fysisk. I sammenheng med breturisme oppstår det et dialektisk rom. På den ene siden er brenæringen skaperne av et produkt som baserer seg på opplevelser knyttet til breer. På den andre siden er de besøkende er kjøperne, og sammen vil forholdet mellom produsenter og konsumenter utgjøre rommet i nåtid, og reproducere rommet i fremtid. En kan videre spørre seg hvordan Nigardsbreen blir produsert og konsumert. Et utgangspunkt for å avdekke dette forholdet vil være stedsmyter.

Nigardsbreen har sin egen stedsmyte. I realiteten er det stedsmyten som selges og forbrukes, og av den grunn er breer mer enn bare natur. Vi kan si at stedsmyten reflekterer et steds verdigrunnlag. Med andre ord, det som produsentene tilbyr og det som forbrukes av tilreisende. Om vi tar utgangspunkt i kapittel 4 viser det seg at området ved Nigardsbreen er, og har vært et sted der naturen dominerer. En slik kvalitet var da en viktig årsak til at stedet ble oppfattet som interessant fra utsiden, og dette kan også betraktes som kjernen i Nigardsbreens stedsmyte.

Et steds verdi er definert av kontekst og stedets brukere. I så fall vil et fokus på de besøkende være avgjørende dersom en vil forstå hva Nigardsbreens verdi er. Det vil derfor være nødvendig avdekke hvilke personer som besøker Nigardsbreen, og hvorfor de gjør akkurat dette. Gjennom informantenes ordlag kan en få kunnskap om hvilke kategorier de besøkende fester til Nigardsbreen. I henhold til en stedsmyte vil informantenes kategoribruk fungere som stedsbilder, som i fellesskap utgjør en stedsmyte. De besøkendes forståelse av stedet, samt deres erfaringer under oppholdet, vil være nøkkelen til å kartlegge stedets myte. Det er også dette som er hensikten med kapittelet, altså, å få innsikt i hva Nigardsbreens stedsmyte er. Om dette oppnås vil det være etablert et grunnlag for å forstå hvilke interesser mennesker har i Nigardsbreen. Stedsmyten kan vise til et samspill mellom komponenter, og vil få en forståelse av det ekvilibrium som finnes mellom sted, tilbydere og forbrukere.

6.1 HVORFOR BESØKE NIGARDSBREEN?

6.1.1 Et sted der en kan studere og mestre breer

A. *"The landscape, yeah. The forms of the landscape, actually where we live, in Northern Germany, we have the glaciers for long ago, but very far from the points of interest, but here it is very close together. Here you can see the glacier and the moraine. It is very close, so you can see a lot more than when we are at home...how it is working at the moment, and in Germany the glacier is gone".*

Det kommer det frem at informantene har besøkt dette området, fordi, stedet gir muligheter til å studere en aktiv bre. I hjemlandet er isbreer fraværende. En kan derfor ikke se glasielle prosesser i praksis, og informantene mener at dersom en skal forstå denne formen for landskap bør en oppsøke områder med aktiv natur. Breene er da et læringsobjekt. Det må presiseres at breen og landformene studeres som objekter, og informantene i dette utsagnet befinner seg ikke på stedet grunnet sine rekreasjonsmotiver.

B. *"I'm doing my research for my Ph.D. We are here for the sediments, the glaciers really, dating glaciers basically... so sedimentology. The professors at my university has done a lot of research here so they recommended it as a study area".*

Området er også interessant i den forstand at det fungerer som et vindu til fortiden. Området for denne informanten er et sted som inneholder informasjon om fortiden. Stedet er da et forskningsobjekt. Det vil da være likheter med det første utsagnet, men der var hensikten å innhente kunnskap. For denne informanten er det meningen å produsere kunnskap.

C. *"Det er her det brekurset vi skulle være med på gikk. Ja, nei, det er videregående brekurs så vi er på, så det var fordi lokaliteten låg her. Jeg forventer meg...å lære noe om bre, om teknikk på bre og mer enn det vi kan fra før av. Men grunnen til at brekurset, dette konkrete brekurset er lagt til akkurat her, er adkomsten, at det er kort adkomst til breen. Hvis du skal tilbringe hele dagen på breen så er det noe med å ikke bruke tid, ikke bruke så veldig mye tid på transport".*

Interaksjon med breer kan være en hobby, eller sport. Det er da et rekreasjonsmotiv bak besøket, i motsetning til akademiske motiv, som var representativt for de informantene i utsagn 6.1.1 a) og b). Informanten forklarer at de har en interesse for isbreer utover det vanlige. Breen er dermed selve grunnlaget for den aktiviteten de vil foreta seg. Dette kommer til uttrykk ved at informantene uttaler at de håper å få lære mer om breen, og av den grunn har de også oppsøkt spesialister som kan lære dem teknikk for beherske breer bedre. Informanten er vant til isbreer, men breen er likevel et slags undringsobjekt som han vil forstå bedre. Han vil lære å mestre breen, ikke bare oppleve den. For denne personen er breen en utfordring.

6.1.2 Et sted der en oppsøker og opplever unik natur

A. *“We wanted to visit Norway and decided to spend most of the time in The Sognefjord area and to come here to see the glacier. We are interesting in nature and we are travelling everywhere to see if there is something related to nature, animals...wilderness in general. So we decided to go to Norway because we like Northern country, and we read in the tourist guide that this has one of the widest glacier, so we decided to go here. Otherwise we would have to go further north obviously. So we decided to come here because we like the glacier and we like hiking and that sort of stuff normally”.*

De besøkende sier de er interessert i natur. Informantene søker noe bestemt, og helst den særegne formen for natur. De er derfor selektive i forhold til hva de betrakter som interessant natur. Det bemerkelsesverdige for dem er attraksjoner som skiller seg ut. De forklarer at de har valgt å besøke området på grunn av Jostedalsbreen, som er en av de største fastlandsbreene, og dermed er breen unik.

B. *“10 years ago we have been here with the glacier without the kids. We had no kids then so, it was really nice here being on the glacier, and was really nice for us, so now we thought about and talked about and thought we should come back and show it to the kids. Just had a great time here. Last time we were here only for two days and walked on the glacier and went to the museum. This time we thought we would stay a bit longer. I never forgot this tour, the last time, 11 years ago. When*

we thought about coming back to Norway then that was for me the main topic to go. I thought we had to go because of that Nigardsbreen. It was so special, and we've been to Austria last year and we saw glaciers from far away, but because it is so nice to come that close to the glacier, and even to walk on it without having special skills or special equipment. So that was for me really a main topic to come back to Norway”.

I dette utsagnet kommer det frem at informantene har besøkt området tidligere. Opplevelsene de hadde rundt Nigardsbreen gjorde et sterkt inntrykk. Med informantenes egne ord blir opplevelsen sagt å være uforglemmelig. Nigardsbreen ble prioritert som noe av det viktigste å få med seg i Norge. De har vært på andre steder med isbreer, men for dem, er dette stedet spesielt. Det særskilte med dette stedet er at en kommer nært breen, til og med i fysisk kontakt med den. De har også vært på andre steder med isbreer, men der måtte breene betraktes på avstand, og på denne måten er det også distanse til selve naturen. På samme tid er denne attraksjonen tilgjengelig og oppnåelig for alle. En trenger ikke å inneha ekspertise eller spesielle verktøy for å kunne takle Nigardsbreen, i motsetning til andre steder der en må ha særskilte evner for å oppnå den type nærhet som en får til breen her. Dette er også viktig for informantene i dette utsagnet, i den forstand at de har barn, og Nigardsbreen kan oppleves av alle.

6.1.3 Et familiært sted

A. *”Det er jo naturlig i og med at jeg kommer i fra her, har familie fra her i fra og. Om ikke vi kommer hvert år, så kommer vi kanskje hvert annet år, eller hvert tredje år. Det er flere ting. Vi har breen naturligvis, men det er vel litt også med stillheten her oppe altså. Den er litt viktig og sånn, å vi slapper veldig godt av her. Jada, det er begge breene her, dalføra , Fåbergstølen ikke minst, som vi var veldig mye på når vi var barn. Det er unike forekomster, ja det er vel floraen som er ganske sær frammi der, og det er ganske spesielt da. Så er vi begynt å gå litt fottur, for det er en del ting her som jeg ikke fikk gjort da jeg var barn, så det er derfor vi kommer tilbake”.*

Informanten hevder at det er naturlig for han å ville oppsøke dette området, fordi, han har bånd til stedet gjennom oppvekst og familie. Han vender tilbake til området for å kunne bruke naturen. Som barn satt han ikke pris på naturen på samme måte som han gjør i dag. En av hovedgrunnene til at han besøker området er stillheten, og dette gjør det mulig for han å slappe av. Videre sier han at området er unikt. Elementer som gjør området unikt for han er breene, dalføra, Fåbergstølen, og floraen.

B. "Ferie, fjellet selvfølgelig, familie, samboeren min kommer her i fra. Nå har jeg jo med sønnen min og kona og barnebarna for jeg vil at de skal oppleve det og. Sønnen min har jo vært her før, men ikke barnebarna, så det er første gangen. Vi har jo vært på isbreen før, vi har jo liksom hatt pigger under beina, men det var jo ikke liksom en sånn veldig god opplevelse for meg, jeg liker ikke alle disse her juva og sånt, men vi har alltid tatt båten over, gått opp til breen og... vi har vært i Krundalen å sett breen sant, der er vi hvert år, og syns at den minker. Så har vi vært på Fåbergstølen, men kom ikke inn til breen der nå for hun klarer jo ikke å gå så langt, så vi har jo vist henne den da sant, har fått kjent på breisen og..."

I likhet med utsagnet over er informanten tilknyttet området gjennom familie. Stedet besøkes årlig, og informantene er interessert i friluftsliv. Det å kunne bruke naturen fremstår som spesielt viktig. Selve opplevelsen er ansett som så positiv at det er ønskelig å kunne dele denne opplevelsen med andre generasjoner i familien. Isbreene i området blir nevnt som konkrete ting som bør sees og oppleves.

6.1.4 Stedets betydninger

Nigardsbreen fremstår som den viktigste, eller en av de viktigste årsakene for å besøke stedet. Om ikke det var Nigardsbreen, var andre isbreer nevnt. Motivene til informantene er derimot forskjellige, og dermed vil Nigardsbreen ha ulike betydninger, men for alle besøkende er breen en viktig aktant i for erfaringene knyttet til stedet. Fra utsagnene kommer det frem at alle informantene mener at Nigardsbreen er et område der naturen råder. Nigardsbreen har en levende natur, og breen anses som en indeks på aktiv og ekte natur. Informantene har derimot

forskjellige interesser i området, og dette gjenspeiles i deres syn på natur. Av den grunn får området flere verdier.

For noen er Nigardsbreen det som skal systematiseres, forstås og forklares. En observerer da Nigardsbreen for å få innsikt i dens natur, og samtidig distanserer en seg fra rekreasjonsmotiv. Breen, er i denne sammenhengen, et objekt som skal kodifiseres og forklares. En kan da mestre breen, og breen blir sett på som en utfordring. Breen blir dermed ikke så spesiell i seg selv, ettersom den kan plasseres i en kategori som alle andre naturfenomener. Nigardsbreen blir da bare et objekt av interesse som måles, kvantifiseres og sammenlignes med lignende objekter ved å fokusere på dens ytre og oppførsel. Breen blir en bre blant andre breer, men den blir også en kilde til kunnskap, i likhet med andre lokale breer, enten som et verktøy for produksjon av ny kunnskap, eller konsumpsjon av nåværende kunnskap.

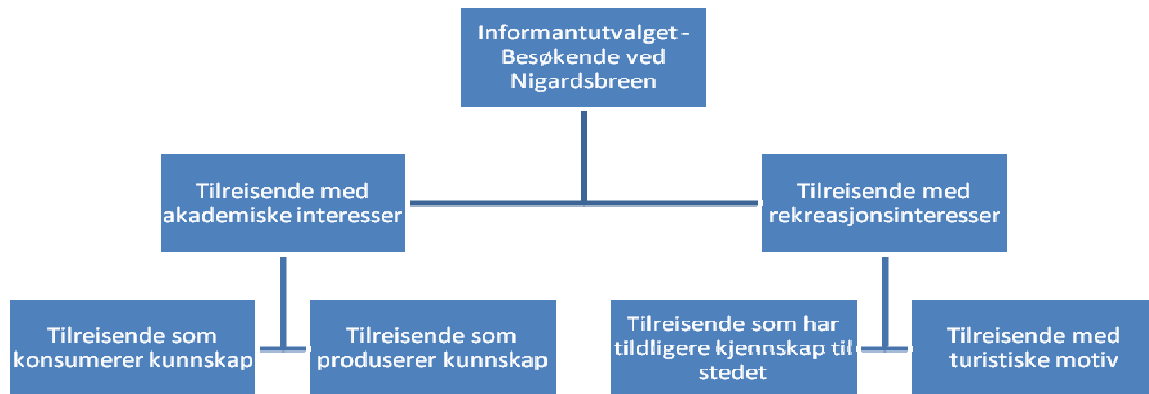
For andre fremstår Nigardsbreen som et sted der en kan komme nær naturen. Informantene kan sies å komme utenfra naturen, og ved å reise til Nigardsbreen reiser en også inn i naturen. En har da sjansen til å oppleve noe uvanlig. Naturen, i form av Nigardsbreen, blir oppfattet som tilgjengelig, og ikke uopnåelig som enkelte andre typer sjelden natur. Med det menes det at en kan ta del i naturen, i motsetning til å betrakte den på avstand, fordi den er for krevende. Det virker som informantene er opptatt av enkelte former av natur, noen er mer spesielle enn andre, og slik blir de verdifulle. I følge informantene har dette området den sjeldne formen for natur, og da vil en også få tilgang på unike opplevelser.

6.2 HVEM ER REPRESENTERT I INFORMANTUTVALGET?

Ut i fra kommentarene som var nevnt i avsnitt 6.1.1-6.3.1 ser en at informantene har ulike interesser, og dermed har stedet også ulike meninger for gruppene innen informantutvalget. Ved å ta utgangspunkt i disse meningene kan det skapes en typologi av informantutvalget.

Det kommer frem at informantutvalget kan deles inn i to hovedkategorier. På den ene siden har noen informanter akademiske interesser i området. På den andre siden har en informanter med rekreasjonsinteresser i området. Ved å bruke Urrys konsept rundt det turistiske blikket er det mulig å kategorisere informantutvalget på en oversiktlig måte. Her blir disse konseptene

modifisert for å passe bedre inn med dette prosjektet. Det er viktig å huske på at Figur 6.1 viser informantutvalgets prototyper, men de tilreisende kan samtidig ha føttene plassert i flere kategorier.



Figur 6.1: En kategorisering av informantutvalget.

Vi ser at det turistiske blikk er representert gjennom tilreisende med rekreasjonsinteresser. Samlet vil denne gruppen være sterkest representert, både i informantutvalget, og det totale besøkstallet for området. Tilreisende med rekreasjonsinteresser kan videre deles inn i 2 underkategorier. 1) Personer med tidligere kjennskap til stedet. Noen var tilknyttet til stedet gjennom oppvekst, familie og slekt, mens andre hadde besøkt stedet ved en tidligere anledning. 2) Det var også tilreisende med rene turistiske motiv. Alle tilreisende i denne kategorien hadde klare oppfatninger om hva de ville oppleve. For noen var isbreer en helt ny opplevelse, mens andre hadde tidligere erfaring med breer og lignende steder. De sistnevnte var kritisk til, og selektiv av reisemål, gjerne elitisk, ettersom de hadde kjennskap til lignende steder, og hadde klare oppfatninger av hvilke typer natur de ville oppsøke. Tilreisende med rekreasjonsmotiv var også opptatt av at stedet var familievennlig, og synes det var en fin plass å ta med familien. Det må understrekes at Nigardsbreen og Breheimsenteret hadde mange besøkende som ankom med buss. Dette er tilreisende som tilbringer kort tid i området. Besøket varer i noen timer, og en får sjansen til å besøke Breheimsenteret, ta bilder av breen osv.(tilskuerbasert blikk, se side 24). Denne gruppen er ikke representert i informantutvalget.

Ut i fra kommentarene ser vi at det *vitenskaplige blikk* er representert gjennom de tilreisende med akademiske interesser. Denne delen av informantutvalget kunne også deles inn i to kategorier. 1) Noen benyttet stedet til å lære om breer som fenomen. Her fikk en sjansen til å se levende eksempel på aktive breer. 2) Det var også innslag av tilreisende med et forskningsperspektiv. Denne kategorien skilte seg ut ved at de brukte breene til å skape ny kunnskap, ikke tilegne seg allerede eksisterende kunnskap. Vi ser også i avsnitt 6.1.1 c) at informantutvalget også inneholder personer som er tilknyttet bresport. Dette er personer med rekreasjonsinteresse, men samtidig er breen et læringsobjekt for dem, og av den grunn vil de ha rekreasjonsinteresser, så vel som akademisk interesse i breen/breene.

Som vi ser er ikke informantene nødvendigvis fastlåst i en kategori. Noen informanter kan sies å tilhøre tilreisende med akademiske interesser, men samtidig kunne de stå uten tidligere erfaringer med breer. De var også interessert i å oppleve breer slik som informantene med turistiske interesser, men motivet for å oppsøke stedet var ikke basert på rekreasjon. Innad i kategorien for tilreisende med tidligere kjennskap til stedet fantes det både personer med sterk eller svak tilknytning til området. De med sterk tilknytning har opparbeidet seg inntrykk over lengre tid, for eksempel gjennom oppvekst, venner, familie og slekt. Det er sannsynlig at slike besøkende ikke har de samme interessene eller oppfatninger som andre tilreisende.

Informanter med turistiske motiv kan også sies å ha en fot innenfor denne kategorien. I likhet med personer som har sterk tilknytning til området, vil tilbakevendende besøkende også være utstyrt med kunnskap og inntrykk fra tidligere besøk, men deres tilknytning til stedet er svak. Det kan også være mulig å inkludere besøkende med kjennskap til ”lignende steder”. De har ikke besøkt Nigardsbreen før, men de har tidligere erfaringer med breer, eller Breturisme.

6.3 ERFARINGER KNYTTET TIL NIGARDSBREEN

I dette avsnittet vil det bli gått inn i de faktiske opplevelsene til informantene. Det vil da bli fokusert på hvilke aspekter som ble oppfattet som positive, og hvilke aspekter som fremsto som negative. Informantene ble ikke oppfordret til å beskrive bestemte opplevelser. De hadde fullstendig kontroll over hvilke erfaringer de ville selv ta opp.

6.3.1 Informantenes erfaringer under besøket

- A. *“It was sort of interesting to do a glacier walk, because I hadn’t done one before, so that was one of the key reasons to come to the region. The walk was really good, the glacier walk. We enjoyed that. No real complaints. The tour guide was really informative about the information about the glacier, how it got its name after the farmer, and information about the actual glacier moving, and what causes it to shift and information about the ice, things like that...that really enhanced the experience because of the knowledge of the tour guide as well. As an expectation you always hope that activities you do meet or exceed your expectations. And it was excellent. It was well run and organized...and we did the special blue ice walk up there yesterday, and the weather was perfect, and had about 5 or 6 hours on the ice and got to see some beautiful scenery and a mini avalanche. Yeah, nice climbing. We were in a small group of people which enhanced the experience, it wasn’t a lot of people in our group. I think if it gets overcrowded it takes away from the experience because half the point of going in the outdoors is to have some peace and quiet I think. Not to say you should not encourage people to come to the region, but half the point is that you want to get away from the big city. We went to the other glacier today, and we only saw like...10 people the whole day. You want to go out and basically see the scenery”.*

Informanten virker svært fornøyd med oppholdet sitt i området. Han tar frem breturen som spesielt merkbar siden dette er en ny opplevelse. Selve opplevelsen beskrives som fremragende. Det var forskjellige grunner til at denne opplevelsen fremsto slik. Han nevner at turen var interessant og lærerik, fordi turguiden satt inne med kunnskap om breen. Det var også lite folk rundt han i den tiden turen ble gjennomført. Han mener at hvis en reiser til *“the outdoors”* er det meningen at en ikke skal treffe folk. For han er dette stedet er en motsetning til det urbane. En klassisk dikotomi i form av by og land, sosialt og naturlig. Om et slikt område var folksomt ville det redusere opplevelsen for han. Det blir også nevnt at det var vakre omgivelser og perfekt vær. Dette blir betegnet som ting som forbedret opplevelsen, men også at organiseringen av breturen var profesjonell.

B. *“So far satisfied I think. Just the weather a little bit I think. I am happy, I take the rain if I can see what I want. If you are interesting you can walk close to the glacier, touch the glacier. For normal people that never had the chance to hiking or adventure things it’s something great. There was a woman today who said...wow, it’s the first time I have chance to touch glacier. I think it is positive because people understand what is a glacier. And here I have to say, at least, we were lucky. The guide who took us hiking, she was very prepared, and explaining the glacier, what is happening, how it make it, how it is disappearing, so it was positive. The environment in this area is still not bad because you don’t see big hotels. The only thing that was disturbing me today was to see so many buses to go close to the glacier, that small road, that was the only thing that disturbed me. The big buses, why do you have to go there? This is the negative thing about the massturistic things. In a certain way you have to say, stop at the centre (Breheimsenteret), if you want to get there, you have to walk. That is my opinion. In Alaska they have certain rules. You have to stay within the touristic zone, far from nature. It is important to have rules. People do not understand that they can destroy simply by looking”.*

I likhet med informanten i utsagnet over fremstår opplevelsen som positiv. Likevel var det faktorer som forringet opplevelsen for henne. Hun hadde tidligere erfaringer med isbreer, og opplevelsen ved Nigardsbreen ble sammenlignet med andre. Den blir ikke betraktet som enestående. Det negative aspektet ved opplevelsen var at det var folksomt., eller for mye trafikk. Det hele fikk da et kommersielt preg, noe som svekket følelsen av det ”naturlige”. En kan få inntrykk av at informanten mener at området ikke har kapasitet til store besøkstall. Ikke bare kapasitet, men det passer ikke inn i hennes forståelse av hva natur er. Hun mener at masseturisme er en uting, og nevner Alaska som et eksempel, et sted der turistene må betrakte natur fra avstand, fordi deres nærvær er skadelig for naturen. Det som var positivt for henne var at selve breturen var godt planlagt og organisert. Gjennom breturen fikk hun teknisk kunnskap om breer som fenomen, og dette var positivt for henne, ettersom dette kan gi folk ny kjennskap til, og forståelse av isbreer. Det fysiske nærværet en får med Nigardsbreen noe positivt, fordi, ”normale” folk da kan oppleve, og dermed forstå hva en bre er. Hun skaper da avstand til andre turister, og sier dermed at hun er en av dem.

C. *“Everything here is...you must see the glacier. Must go up here to make a trekking trip, but yes...in the morning when we go up. We saw the whole groups, too much I think. Ok, We also want to see it...I think it’s a problem, ok...we want to see also the glacier, everyone wants to see the glacier, and when we go up we saw a big group there and a lot of people, and then I thought...hmmm so many people, they only pay and go and come and...the next group and the next group, it doesn’t look like where we were, but what can I do? I also want to see it. I can only say ok, I want to see...so ok, it is the most attractive thing here so everyone want to see it”.*

Informanten mener det er et stort fokus på Nigardsbreen. Dette fremstår som et problem, fordi, besøkende misforstår naturen, og dermed misbruker den gjennom overforbruk og utnyttning. En får derfor ikke tid til å sette pris på området i sin helhet. Informanten mener da at mange folk misoppfatter verdien i et slikt sted dersom det bare reduseres til Nigardsbreen.

D. *“The weather. Change the weather and everything will be fine. No, but that is also the charm of it. That is also the reason why there is nobody here. It is too cold, especially in the evening, but that’s the reason why there is nobody here...right? But I think from the nature and stuff there is nothing to say, this is really amazing and beautiful. So, unique I would say”.*

Været her er ikke det beste uttaler informanten. Det er for kaldt, og av den grunn vil stedet aldri bli et populært reisemål i den store sammenhengen, men akkurat dette er også en del av særpreget, så dette egentlig ikke negativt. En kommer til området for naturen sin del, og den fremstår som både *utrolig, vakker* og *unik* for informanten.

E. *“The enormous amount of glacier area that’s something you do not see often in other places where I have been. Not in Switzerland or in Austria or in that kind of places, so that is something new for me. This is much bigger...the terrain is much rougher, that’s what makes it more beautiful to me. I am extremely satisfied. The fjords, the mountains and the glaciers those are the interesting parts of Norway I think. I wanted to see those three things. Jostedalsbreen is a very important glacier to see I think. We made a family walk on Nigardsbreen and it was very nice. Besides the weather it was a tremendous sight and I loved it very much”.*

For informanten er opplevelsen sjelden, og derfor spesiell. Det kan sies at opplevelsen er spesiell i den forstand at områdets omgivelser er unike. Han sier at områdets profil, slik det fremstår for han, er røff, men dette er vakkert for han. Han mener videre at Norge har tre ting en må se. Isbreer en av den, og isbreer er derfor en av de viktigste representantene for norsk natur. Han beskriver opplevelsen som et ”*tremendous sight*”, og sikter da til at naturen er svært mektig fra hans ståsted.

6.3.2 Positive og negative aspekter ved besøket

Alle informantene er fornøyde med tiden de har tilbrakt i området. De har kommet for å se og gå på Nigardsbreen. For noen er dette en ny opplevelse, mens andre har muligheten til å sammenligne sine erfaringer fra dette stedet med andre lignende steder. For de aller fleste er isbreer noe fremmed. En form for natur som er utilgjengelig. Det å kunne se, samt ha breen under føttene skaper opplevelsen for dem. Nigardsbreen er kanskje det som har størst prioritet for de besøkende. Omgivelsene og vær er også viktig i det totale inntrykket. Det virker likevel som at omgivelsene fungerer som en scene for Nigardsbreen.

Det er enkelte ting som informantene mener forbedrer opplevelsen. Det praktiske aspektet ved breturen spiller en viktig rolle. Profesjonalitet og organisering av breturene er noe som informantene spesielt merker seg. Som tidligere fastslått har informantene interesse for natur og friluftsliv. De synes at opplevelsen i seg selv forbedres gjennom at de får teknisk og historisk informasjon om breen. Dette er noe som gjør selve turen mer interessant for dem, og med kunnskap setter de større pris på den totale opplevelsen.

Det negative aspektet av opplevelsen er i stor grad sentrert rundt informantenes oppfatninger om hva natur er. Vi ser at de besøkende er opptatt av at natur og samfunn er adskilte ting, og fraværet av store konsentrasjoner av mennesker blir betraktet som noe positivt. Nigardsbreen forbindes med det naturlige, og et sådant steds naturlige forfatning vil være en tilstand fri for sosial forurensing. Informantene har delte meninger om i hvilken grad stedet fremstår som naturlig. Noen mener at stedets naturlige tilstand er verdien i seg selv, mens andre mener at

stedet allerede er preget av tydelig menneskelig innblanding. Om ting blir mer tilrettelagt vil dette gå på bekostning av stedets naturlige tilstand.

6.4 NIGARDSBREEN: DET TILHØRENDE OG DET FREMMEDE

Gjennom dette spørsmålet er det mulig å få innsikt i hva som er tilhørende og fremmed for dette stedet. Da spørsmålet ble spurt fikk informantene fortalt et scenario som de måtte ta stilling til. I det første scenarioet ble det foreslått at det var kommet et større og moderne hotell i området ved Nigardsbreen. Informantene skulle deretter ta stilling til om dette passet inn eller ville føles naturlig for lokaliteten etter deres kriterier og vurderingsevne. Scenarioene som ble lagt frem var overdrevet. De var likevel overdrevet med en hensikt. Det ville være lettere å få informantene til å ta standpunkt til spørsmålet på denne måten.

- A. *”For 11 years ago it was a really nice trip, but it was not professional organized. The guides were a little bit...freaky, it was a lot of fun. Now we come back and wow...there is a lot of people, and organized, and nice guides as well, but it is not really the same. The path from the parking area to the glacier was very well equipped with stairs and 11 years ago we had to climb the stones and we couldn’t really made it until the glacier. We had to take the boat, because we didn’t came through. There were little rivers and stuff and we couldn’t made by ourselves. So I think the pathway is much better now, but it shouldn’t be much more”.*

Informantene mener at ved sitt forrige besøk var ikke stedet så tilrettelagt som det er i dag. I dag fremstår stedet som profesjonelt, og det er mye folk her. De mener at stedet har nå nådd en terskel for hvor mye en bør tilrettelegge for besøkende. Ting er derfor ikke helt de samme, men det er likevel bra som det er nå.

- B. *“Nå snakker jeg for alle tyskere. Når vi drar til Norge så vet vi at Norge har sånn idyllisk, naturlig værelse, hvis du skjønner? Da synes jeg at det skal være sånn, så da blir vi veldig skuffet, om det kommer stor hotell på en sted som her, å tiltrekke flere turister på å få penger og sånn. Vi synes det skal bli sånn som det er, altså, lite sted. Kanskje lite campingplass sånn som her, ikke mer. Vi har egentlig ikke så store*

forventninger, men vi synes slik som det er veldig idyllisk. Det er veldig rent... pent. Hvis du reiser til Østlandet, det er ikke så pent, ja, en tar ikke så vare på utseende. Det blir gjort mye mer her enn der jeg kommer fra, Holmestrand, det er mye skitnere, de gir heller faen”.

Norge er naturlig og idyllisk. Informanten sier videre at Nigardsbreen besitter disse kvalitetene, og noe annet ville være skuffende. Han mener større besøkstall vil ødelegge akkurat dette. Nå er ting ”rent og pent”, og mer folk ville både fysisk og sosialt forurense stedet.

C. *“I think...the nature should be like it’s intended to be. It is also logical that people want to see the nature so they have to sleep somewhere, but to get a lot of hotels in the direct neighbourhood of the glacier would be not...yeah...I think if it is artificial and not the way it was intend to be, that it would not fit for me”.*

Informanten mener at slik som stedet er nå er slik som stedet bør være. Han mener at naturen skal fremstå slik som den var ment. Han mener menneskeskapte objekter i nærheten av breen er negativt. Han argumenterer med at når noe kunstig blir introdusert i natur passer det ikke inn.

D. *“I think it needs to stay, well me personally, I think it needs to stay as natural as possible, because...the information centre, if that was right next to the glacier, I think that would take away from the natural look. When you look at it, I don’t want to see any man made influences, you want to see it in its natural state. That is my personal opinion though.*

Området bør forbli så naturlig så mulig. Det som ville være særlig sjenerende var om en fikk menneskelige influenser i nærheten av breen. Det ville påvirke stedets naturlige utseende, og en vil besøke dette stedet for å se dets naturlige tilstand.

E. *“We were just complaining this morning to the guide that we don’t see any animals. We expected to see moose or elk or...even squirrel. We don’t see any kind of animals, so we were wondering, what happened in Norway? People kill any kind of animals,*

wolves, bears? Big amounts of mountains, and glaciers, trees...and no animals at all. No, we see a lot of sheeps and goats, but that domestic animals. They are free, this means there are no wolves, no animals that could kill this domestic. The conclusion for, at least, the few days that we spent in Norway...Norway is not so wild. We expected a place like this to be a little more wild. Even with the hotel, I hope not. More like this, small houses, Naturistic environment. So that...what's the place? Geirangerfjord? There is a big hotel near the harbour. It's disturbing".

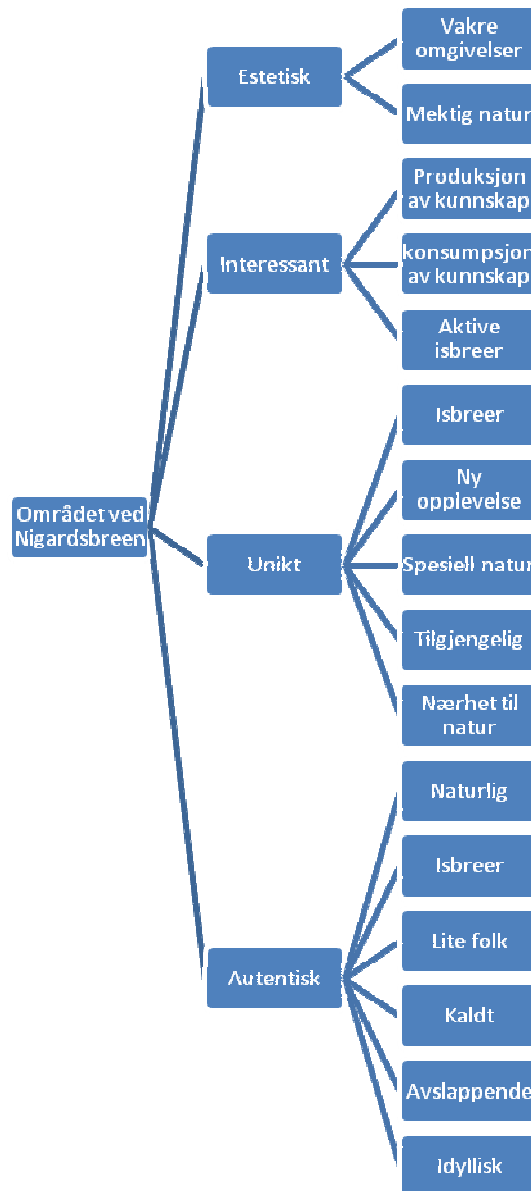
Stedet er i stor grad påvirket av mennesker. Det er fremdeles gode kvaliteter ved stedet, men stedet er ikke naturlig for dem. De hevder likevel at området ved Nigardsbreen er nærere det naturlige miljøet enn de fleste andre steder. Sånn bør det også forbli. Naturen er, I følge informantene, dominerende i selve stedet, men det er også en temmet og omformet natur som er tilpasset mennesker.

6.5 NIGARDSBREENS STEDSMYTE

Fra informantsagnene har det vært mulig å kartlegge en stedsmyte for Nigardsbreen. Gjennom informantene fremstår Nigardsbreen som det sentrale, eller som en viktig del av besøket. Faktisk, det virker som om informantene ikke skiller mellom Nigardsbreen som en konkret attraksjon, og Jostedalen som område. Alle besøkende, med unntak av tilreisende med sterk tilknytning til stedet og forskningsinteresser, omtalte området i sin helhet som Nigardsbreen eller breen. Det er fire sentrale kjernebilder i stedsmyten knyttet til Nigardsbreen. Disse bildene er ikke konkrete, men må anses som noe abstrakt, underliggende og dominerende. Videre er det mulig å knytte en rekke perifere bilder til kjernebildene ved å bruke informantenes kategorier. Breen i seg selv ikke et kjernebilde, men sentral for opprettholdelsen av disse. Kjernebildene er stabile og i stor grad aksepterte, men uten breen ville stedsmyten for området endres, siden Nigardsbreen som sted og total opplevelse er direkte knyttet til breen i seg selv, noe som kommer frem av utsagnene. Nigardsbreen er på mange måter en sterk visuell erfaring, men samtidig kombineres dette med stedets essens som er vanskeligere å forklare. Stedets verdi har en selvsagt sammenheng med eksternt natur, altså, attraksjonen og det fysiske miljøet i seg selv. Samtidig blir det eksterne vanskelig å skille fra det iboende, ettersom det ytre er det de besøkende hovedsakelig er opptatt av. Kjerne og

periferibildene forteller at Nigardsbreen og natur er uadskillelig. Breen, eller breer i området er en essensiell og ureduserbar del av myten.

Gjennom informantene er det mulig å skape en visualisering av Nigardsbreens stedsmyte. Denne bør ikke forstås som noe fastbestemt, men den henviser til de besøkendes oppfatninger, forventninger og erfaringer knyttet til Nigardsbreen.



Figur 6.2: En visualisering av Nigardsbreens essens slik som den oppfattes av informantene. Det er fire overordnede kjernebilder, og hvert kjernebilde konstitueres av en rekke perifere bilder. Til sammen utgjør dette Nigardsbreens stedsmyte.

KAPITTEL 7: KVALITATIV PERSEPSJON AV KLIMA

Begrepet klima er en språklig representasjon av et konkret fenomen i den fysiske verden. Klima kan sies å være allestedsnærværende, fysisk eksisterende og kvantitativt målbart. Det er et konsept som vi kan tolke gjennom det abstrakte, men ikke nødvendigvis erfare direkte gjennom sansene. Klima er en språklig konstruksjon med et høyt abstraksjonsnivå, et symbol som henviser til et bestemt aspekt av naturen. Det er likevel en representasjon av noe som faktisk eksisterer, noe som alle har et forhold til, og av den grunn, noe som mennesker kvalitativt betrakter.

I dette kapitlet vil det bli fokusert på 2 hovedtema i form av: 1) Hva er relasjonen mellom sted og klima? 2) Hvordan blir klima representert fra informantenes side? Dette kapitlet har som hensikten å vise at sted kan være et utgangspunkt for en kvalitativ forståelse av klima. Som et grunnlag for diskusjonen må det i første omgang etableres en kobling mellom sted og klima med fokus på det subjektive. Det vil i denne delen fokuseres primært på Nigardsbreen, men heller på måten informantene generelt opplever og forstår klima, for og deretter kunne knytte Nigardsbreen inn i en slik forståelse i kapittel 8. Etersom det allerede har blitt strukturert og illustrert en stedsmyte av Nigardsbreen, er det her meningen å fokusere på klima alene. Gjennom dette kapitlet er det meningen å få innsikt i den kvalitative forståelsen av klima. Det vil si, å ta utgangspunkt i informantenes erfaringer av fenomenet. På denne måten kan sammenhengen mellom sted og klima realiseres, og en har da en basis for å kunne si noe om et subjektivt klima. Kapittel 7 har et abstrakt innhold, og kan virke løsrevet fra oppgavens fokus. Dette kapitlet er likevel nødvendig, siden det er en brobygger mellom kapittel 6 og 8.

7.1 STED SOM INDEKS AV KLIMA

For å få kunne formidle hvordan informantene oppfatter klima er det nødvendig å kunne avgrense fenomenet på en praktisk måte. Vi trenger parametre for å konkretisere informantenes kvalitative oppfatning av klima. Avsnittets hensikt er å vise til et grunnleggende forhold mellom sted og klima, men denne koblingen skal produseres gjennom informantenes utsagn. Et slikt konseptuelt rammeverk vil være nødvendig for seinere avsnitt.

A. *"We would like to see everything. The influence of the different climates on vegetation and forms...we are interested in any kind of climate and the results of this climate. Yes, so as an example, I would like to go to Russia, to the coldest point, just in winter and look what really cold is...I was thinking of going to Siberia and to Amazonas as well, just to get to know the different places, to compare them. There are so many different places to go, and they are so different. It could be boring if you were at some place for 3-4-5 months in the desert or something, but even the desert is interesting".*

Informantene snakker om steder som fremstår som bemerkelsesverdige for dem. De mener at det er flere steder som er verdt et besøk, ettersom alle steder er unike, og vil dermed fremstå som interessante. I dette utsagnet henviser de til ulike former for natur som det merkverdige ved stedene. Dette er, for dem, en måte å separere et sted fra et annet. De omtaler forskjellige typer natur som noe tilhørende til klima, eller, et steds eksterne natur er et direkte utfall av et individuelt klima.

De snakker her om landskapstyper, for eksempel, ørken, en bestemt form for natur. Samtidig knyttes landskap opp mot stedsnavn; Russland, Sibir og Amazonas. Av den grunn virker det som om informantene intuitivt identifiserer landskap og steder som noe uadskilt. Landskap og steder blir en plattform som muliggjør å oppleve klimavariasjoner, men en kunne også snudd dette på hodet ved å si; dersom en vil oppleve ulike former for klima må en oppsøke steder. Et direkte eksempel på dette blir da Russland, et sted som rommer Sibir, som igjen rommer en bestemt form for klima, eller det som informantene beskriver som et sted der en kan oppleve hva virkelig kulde er. Denne svært korte fremstillingen av Russland og Sibir er neppe en nøyaktig beskrivelse, men likevel får en inntrykk av at informantene mener denne påstanden er selvsagt, noe som vi alle er inneforstått med.

B. *"I have been to Ireland and it was raining sometime in the afternoon. Doesn't change... it's part of the atmosphere, the atmospha... it's part of it, you cannot see a place without its climate. Yeah, you accept it as a part of what you are...your experience, the climate is part of all. If it was raining for two weeks it would be a bit disturbing, at least for us. We come from a sunny country. This year we had a*

lot of rain, so having rain even during vacation...it is a bit limiting, just that. Otherwise you get what you have. The weather is the one in the area that you are. It is based on geography and environment and...so you cannot control that”.

I dette utsagnet hevder informantene at været er en del av steders identitet, eller en del av atmosfæren, slik som vi oppfatter et sted under et besøk. Det er noe som utgjør den totale erfaringen. Det kommer ytterligere frem at klima oppfattes som noe transcendentalt i forhold til vår umiddelbare erfaringsevne, i den forstand at været er en måte å beskrive bestemte steder på, noe fastlåst, og et urokkelig aspekt av steder, men samtidig noe vi ikke har direkte tilgang på. Informanten sier at det klimatiske aspektet er basert på miljø og geografi. Det blir da en vertikal kobling mellom sted og klima. Sted og klima er for informantene, noe som er absolutt knyttet til hverandre. De kan ikke separeres, og i en praktisk forstand er de avhengig av hverandre for å fremstå som meningsfulle.

C. *“If you want to go somewhere, you are prepared for the weather. So, you choose for it. You deliberately choose your destination...Of course it matters...I don't want to go to a place where it rains all day and all week. Like England, the last time I went there, it was just rain, rain, rain all day...and even more rain, but when we decided to come here, or travel around Scandinavia, we knew that it would not be 20-25 degrees...So, of course you keep it in mind, the weather conditions of where you want to go. Before we went to Norway, we expected same weather as Holland in summer...25 degrees, but it can be rainy as well. We did not expect 25-30 degrees, but it is ok, it is about 15 degrees...so it is ok, it is our summer holiday you know...Of course, there is the weather you would like to have, and then the weather that is good for the farmers and for the land. For us personally, I think we would like it dry, sunny, 20-25 degrees...but I don't think that would fit in this region. The weather now is good, not too cold, but we had a lot of rain the last few days, so rain inside our tent...but I guess that is normal here. We expected it to be kind of same here as in Holland. If we wanted warm weather we would go to Spain or Italy...If temperatures went up a few degrees, then I would consider that positive...but that is only if it is just the temperature. If we get more rain, storms and stuff like that, then it is no good. For us personally a few degrees more is good, but I don't think it is good for the environment.*

Considering you have a big glacier here, I don't think that would be a good idea, it would melt faster. You know...for us, it's so paradox, for holiday it is good to have warmer weather, but for the country itself, and all the things around, it is not good. If you want to lay in the sun all day, on the beach. You expect warm weather, but in a country like this, with outdoor activities...then, yeah, this is good...If it affects your decision, it depends on what you are going to do...very simple”.

Denne uttalelsen viser flere koblinger mellom sted og klima. Som ved det forrige informantutsagnet blir det her ytret et absoluttisk forhold mellom sted og klima. Det kommer frem at dersom en oppsøker steder er en forberedt på stedets klimatiske side, ettersom denne siden er en uadskillelig del av stedet. Klima er dermed noe som informantene tar for gitt.

Stedsnavn fungerer også som et medium for å formidle noe om klima. Informantene sier her at Holland og Norge fremstår som likeartede steder i en kontekst av klima. Klima blir da en form for kunnskap relatert til sted. Dette kommer frem i påstanden om at de visste på forhånd hvordan Skandinavia og Norge fremstår i henhold til vær. De forklarer at været var slik som ventet. Dette er ikke nødvendigvis en bra ting, men informantene er inneforstått med at klima og sted eksisterer i et statisk forhold, eller som de sier, ”*regnvær i området ved Nigardsbreen er nok normalt*”. Høy sommertemperatur ville være positivt, men informantene tilføyer at dette ville være fremmed for akkurat dette stedet. Det ville fremstå som malplassert og skadelig for breen, som er viktig for landskapet som hører til akkurat her. Dersom en ville oppleve høye temperaturer og sol, ville en oppsøke, for eksempel, Spania og Italia. Dette er steder godt kjent for oss alle, eller, karakteristikkene av stedene som informantene refererer allment aksepterte aspekter. De klimatiske profilene som er knyttet til stedsnavnene er en form for informasjon om bestemte steder. Denne informasjonen er noe som betraktes som selvsagt.

Et viktig punkt i dette utsagnet er fokuset på sted og praksis. Informantene hevder at praksis er knyttet opp mot klima, så fremt dette er meningsfylt praksis i henhold til et bestemt sted. Noen steder er dermed, i større grad, knyttet til det klimatiske. Med andre ord, det blir et element som særskilt vektlegges. Det blir sagt at Nigardsbreen er et sted som forbindes med utendørsaktiviteter. Det er også denne formen for praksis som informantene generelt knytter

til Norge. Dersom en vil oppleve sol og høye temperaturer innebærer dette også en annen form for praksis, og dette kan oppleves ved steder som Spania og Italia. Det er viktig å poengtere at informantene snakker her om ferie og rekreasjon.

7.1.1 Forholdet mellom sted og det kvalitative klima

Fra de utvalgte kommentarene blir sted og klima konsepter som, i en sansbar sammenheng, er vanskelig å skille i fra hverandre. Forholdet mellom sted og klima preges av en form for reflekterende symbolikk. Steder vil alltid ha et klimatisk aspekt ved dem. Samtidig er det å snakke om klima, i praktisk forstand det samme som å snakke om steder, ettersom klima er et element forankret i sted. Fremdeles virker det som sted og klima er ansett som forskjellige ting, men informantene henviser til et relasjonelt forhold mellom de to begrepene, både bevisst og ubevisst. Vi ser at i det første utsagnet snakker informantene om forskjellige typer naturlandskap, og videre representerer slike landskap, for dem, forskjellige former for klima, men de blir konkretisert, eller romlig plassert i det øyeblikket de knyttes til stedsnavn. I det samme utsagnet forbindes slike naturlandskap intuitivt med bestemte steder. Klima blir noe som en tar for gitt, eller som informantene i det andre utsagnet hevder, det er en del av atmosfæren, og du kan ikke se et sted uten dets klima. Klima blir da forankret i stedets vesen, og blir en uadskillelig del av et steds "natur". En subjektiv oppfatning av klima, og muligheten for å formidle innholdet i et sådant perspektiv som noe meningsfullt, er muliggjort i det øyeblikket der klima knyttes til stedsnavn. Steder fungerer da som et symbol for det som informantene oppfatter som variasjoner innen klima.

Om vi returnerer til Williams (1983) er natur den eksterne verden, en drivkraft som er tilstedeværende i alt, og en kvalitet i seg selv. Ut i fra uttalelser i avsnitt 7.1 er det mulig å benytte de samme definisjonene til klima. Hvis vi bruker disse definisjonene vil klima, i en kvalitativ tilstand, være et fenomen der de tre definisjonene er virksomme på samme tid. Vi blir da eksponert for klima i sin helhet, men vi kan ikke skille betydningene i fra hverandre. For at dette argumentet skal bli gyldig må en viss betingelse innfris. Det "virkelige" klima, slik som vi opplever det kan ikke forstås uten kontekst. Sted blir da en naksus for det kvalitative klima, og gjennom sted kan fenomenet opptre i all sin kompleksitet.

Klima er, som sagt, noe som ikke eksisterer løsrevet fra steder. Ut fra informantenes utsagn fungerer sted som et rammeverk for klima. Hvert sted har sitt eget klima, og fra utsiden kan klima være en måte som vi skiller et sted fra et annet, men det kvalitative aspektet av klima er først meningsfylt og forståelig når det knyttes til steder. Med dette menes det at steder er en nødvendighet for å danne en subjektiv formening angående klima, ettersom steder kan kjennetegnes gjennom landskap eller bestemte former for natur. Det er gjennom slike pregende fysiske karakteristikk at klima blir visuelt og sansbart. Denne formen for distinkt ekstern natur er da manifestering av klima. Ut i fra informantenes utsagn er det slike ytre aspekter av steder som representerer klima.

Det forrige avsnittet peker også mot sentrale forskjeller mellom det kvantitative og kvalitative klima. Dette kan demonstreres ved å rette oppmerksomheten mot de ulike typene av natur som ble nevnt i Castree (2001a): ekstern, iboende og universal. Det kvantitative klima befinner seg innen ekstern natur, og vil også begrenses til denne ontologien. Dette blir da en kontradiksjon til det kvalitative klima som simultant er eksternt, iboende og universalt. Vi kan tolke disse forskjellene ved å støtte oss til Lefebvre (1991). Ulikhetene mellom kvantitativt og kvalitativt klima kan knyttes opp til forskjellene som eksisterer mellom det dominerende (rommets representasjoner) og dominerte rom (representasjonenes rom). Kvantitativt klima er en kreasjon av det abstrakte rom, og som fenomen vil klima da være noe ideelt og teoretisk. Med andre ord, det er løsrevet fra den levde verden. Det kvantitative klima er en manipulasjon av natur, og i denne prosessen blir det levde redusert til noe kvantifiserbart. I en ekstern og kvantifiserbar tilstand kan klima fungere som et adskilt individuelt fenomen, men i sin sanne form kan ikke klima begrenses til den eksterne verden. Det eksterne er likevel viktig innen den kvalitative oppfattelsen av klima, av den grunn at landskap er visuelt, og blir en måte vi kan overfladisk identifisere et sted. Videre vil det eksterne tre inn som en viktig del av et steds iboende natur, altså, det eksterne blir en kvalitet ved selve stedet. I henhold til universal natur, der natur representerer virkeligheten, vil en aldri kunne gå utenfor klima i situasjoner knyttet til sted. Denne kontinuiteten mellom ontologier utgjør det kvalitative klima, en sterk kontrast til det kvantitative klima som bare er begrenset til det eksterne.

7.2 REPRESENTASJONER AV KLIMA

I dette avsnittet vil vi se på hvordan klima representeres av informantene. Representasjoner av klima kommer til uttrykk gjennom værforhold og landskap. Vær kan igjen sies å være bilder av klima, en måte som tillater oss å sanse klima. Grunnen for at dette tas opp er at vi trenger bilder for å forestille oss noe om klima. I forrige avsnitt som det frem at sted kan betraktes som en nødvendig ramme for persepsjon av klima. Klima i seg selv er et blankt lerret, om det ikke knytter til naturlandskap, objekter tilhørende slike landskap, eller stedsnavn.

- A. *"We were surprised. We were on The Hardangervidda, and here as well, it was really nice, it was not very cold, lot of sun, and we could see everything. We had really nice impressions, we did not expect it to be that stabile...not at all. But for example when we went for the first time to the waterfall...it was cloudy, and everything that we did, we could not see anything, we could not even see the waterfall, it was cloudy. If it would be like that all the time, you can't even see the glacier, maybe not even able to go there because there is too much precipitation or something like that, as a trip that would be disappointing. But if there wouldn't be as much sun, but rain and snow it wouldn't really matter. We have been aware that this could happen, and we have clothes that we need to this weather. There is no bad weather, just bad clothes. For me I rather choose a place and go there. Live with the weather there. I am not the kind that says I hope there will be two weeks of good weather. The place where I come from has some fuzzy weather, so I can live with rain for a week or so. It might affect my mood, but I will make the best out of what is there. That is the way I will do it".*

Informantene forteller om erfaringer og inntrykk som fant sted under besøket i Norge. De nevner ulike stedsnavn, men tilføyer at de hadde forventninger til stedene. Ut i fra utsagnet får vi tilgang til enkelte kategorier som informantene benytter om stedene; nedbør, overskyet, regn, snø, lite regn, solrikt etc. Dette er ulike former for vær, en måte informantene visualiserer klima på, eller som avsnittets tittel sikter til; representasjoner av klima. Informantenes erfaringer knyttet til Hardangervidda beskrives, med deres egne ord, som overraskende. På forhånd hadde informantene en formening om at Hardangervidda hadde

ustabile værforhold. Dette var en del av Hardangerviddas natur, men i motsetning til forventningene var værforholdene stabile under besøket.

Forventninger knyttet til steder kan være klimarelatert. Selv om det klimatiske aspektet kan være mindre viktig for enkelte steder, vil det alltid være tilstedes. Med andre ord, forhåndsoppfatninger om steder blir knyttet til klima, men det varierer i hvilken grad denne ingrediensen av sted vektlegges. Ut i fra de utvalgte kategoriene fra utsagnet er klima noe som består av bilder. Ved å erfare et sted kan en avgjøre om slike tenkte bilder er sanne beskrivelser. Bilder av klima kan isoleres og betraktes som selvstendige enheter, men de kan ikke regnes som "klimabilder". En mer oppklarende betegnelse vil være stedsbilder, ettersom klima er forankret i steder.

B. "...I lived in the middle of Germany first before I came there (informantens nåværende bosted), and it's a different weather, it's more continental...hot in the summertime, sometimes is no wind, is sticky there. I think we have a very nice climate at home. It is not so hot because of the seas, The Baltic Sea and The Northern Sea. So yeah, I would prefer the coast. I always prefer it not so hot, so we had a little bit of rain, but was not so bad for me... I like it when it's warm, and little bit windy. So, especially at home in the mountains it is not so windy, it is ok, the temperature is quite good. We came from Northern Germany which is close to The Baltic Sea, so perfect weather at home is like beach weather. Many times it's a little bit windy, stormy in the winter. It's not really cold in the winter, because it's wet and stormy, but not really freezing...snow, for maybe five days a winter. Maybe like Kristiansand, or something south of Oslo".

Som i det forrige utsagnet blir værforhold en måte som tilrettelegger for en visualisering av klima. Informantene forteller her om værforhold som de mener beskriver hjemstedet. De snakker også om andre steder, og bestemte naturlandskap. Dette er også steder som de har kjennskap til, og hvert enkelt sted har værforhold som informantene mener er identifiserende.

Et interessant punkt i dette utsagnet er at informantene forsøker å formidle hjemstedets klima ved å sammenligne det med et annet. Å overføre en egen tolkning av hvordan hjemtraktenes klimatiske side fremstår kan være vanskelig, ettersom informantene kjenner hjemstedet bedre

enn folk flest. For å formidle budskapet på en meningsfull måte sammenligner informantene dette aspektet av hjemstedet med steder, som ut i fra deres formening, besitter lignende karakteristikk. I dette tilfellet blir *Kristiansand* og *et sted sør for Oslo* brobyggere som billedgjør hjemstedet for utenforstående. Informantene bruker en strukturerende metafor for å formidle hvordan et steds klima er, for eksempel: Nord Tyskland, nære det Baltiske hav = Kristiansand, eller et sted sør for Oslo. I denne situasjonen antok informantene at hjemstedet var ukjent for intervjueren. Dermed fungerte norske stedsnavn som en meningsbærende struktur for hjemstedet klimatiske side. Dette kan bety, et sted kan være et bilde for et annet sted.

C. *"Because of the climate I would avoid certain part of Africa in summer, but because of mosquito and the malaria, but not because of the climate itself, just the consequences, is dangerous. If I go to Africa I would go to The souther part, were is winter for them, so less risk...but just related to the risk of healness, not the weather itself..."*

I tidligere utsagn blir klima direkte representert gjennom værforhold. I dette utsagnet mener informantene at klima er noe som blir prosjektert gjennom et steds ikke-menneskelige naturmiljø. Klima er dermed, for dem, det som er bak det naturlige miljøet på et sted. Et slikt miljø kan kategoriseres gjennom det subjektive. Her snakker informanten om *enkelte steder Afrika* har et klima som resulterer i *mygg* og *malaria*. Dette innebærer videre en *risiko* for *helse*. *Den sørlige delen* av Afrika har derimot ikke en form for klima som skaper slike *farer*. Kategorier som benyttes i dette utsagnet blir også bilder som representerer klima, men da i en indirekte form, i motsetning til værforhold som kan betraktes som umiddelbare bilder.

7.2.1 Klima som stedsbilder

Generelt er kommentarene i avsnitt 7.2 billedlige. Stedene som nevnes beskrives med ulike former for vær som preger dem. Dette blir da bilder av klima, men en således betegnelse blir misvisende. Sannsynligvis er klimabilder en uproduktiv definisjon, ettersom klima i en slik sammenheng blir isolert, et fenomen som eksisterer uavhengig fra noe annet. I avsnitt 7.1 kommer det frem at steder er en indeks på klima. Ut i fra informantutsagnene er klima er et

fenomen som, i en kvalitativ forstand, er vanskelig å separere fra sted. Av den grunn er det fornuftig å betrakte representasjoner av klima som stedsbilder.

I kommentarene kommer det frem at klima er noe som ikke oppfattes direkte, men det oppfattes gjennom stedets ytre og iboende karakteristikker og kvaliteter. Dette er også kjerneargumentet i avnitt 7.1.1. Kort oppsummert; klima er en del av et steds natur, et element som sier noe om hva stedet er. I en subjektiv kontekst er klima et fenomen som informantene er i kontakt med til en hver tid. Likevel, det kan ikke oppfattes i sin helhet gjennom det kvalitative, ettersom menneskelig persepsjon ikke er altomfattende. Værforhold kan betraktes som en form for umiddelbarhet i kontakt med klima. Slike bilder knyttes til steder, og alle steder består av, for eksempel, kategorier som dette.

Klima er også en måte som benyttes av informantene til å skille steder i fra hverandre. Det innebærer at klima er en form for kunnskap vi har om steder, men denne kunnskapen kan både være generell og unøyaktig. Like fullt, kunnskapen kan sies å være a priori, og den lar informantene differensiere steder i fra hverandre. Vi knytter klima til sted, men samtidig vet vi ofte noe om steder gjennom det faktiske, eller tiltenkte klimaet som råder i regionen. Et individuelt sted kan også representere et annet siden klima kan fungere som et kriterium for å differensiere mellom steder. Dette ble eksemplifisert i utsagn 7.1 a), der distinkte former for natur var en metode som tillot informantene å skille mellom ulike former for klima. I avsnitt 7.2 b) ble sted en meningsbærende struktur som, gjennom metafor, gjorde det mulig å overføre kunnskap om et sted til et annet. Ved å knytte de respektive utsagnene fra avsnitt 7.1 og 7.2, kan det virke som informantene produserer sine egne rom for klima, en subjektiv inndeling av verden slik som de selv oppfatter den. Slike rom består av steder som informantene inkluderer ut i fra deres egne preferanser. I praksis vil steder innen slike klimarom være forenklinger, stereotypifiseringer, eller en overfokusering av kjernekaraktistikker som informantene knytter til en subjektivt avgrenset geografi. Dette blir da et grunnlag som skaper forventninger til steder.

Ut i fra kommentarene blir klima noe som vi forstår ut i fra primær og sekundærbilder. Primærbilder kan sies å være naturlandskap, og sekundærbilder kan sies å være ting som inngår i det ikke-menneskelige miljøet. Begge formene for bilder er knyttet til sted. Dette er også måten som informantene identifiserer klima på, og samtidig, alle utsagnene viser til at

klima er noe som en har kjennskap til på en indirekte måte. En praktisk og konstruktiv måte som informantenes oppfattelse av klima kan tolkes på, vil være å hevde at klima er epifenomenalt. Et epifenomen er et underordnet fenomen som oppstår som en følge av et overordnet fenomen, men et sekundært fenomen skaper ikke et primært fenomen. En vanlig måte å tenke på dette er at fysiske fenomen er årsaken til mentale fenomen, men et mentalt fenomen kan ikke være årsaken til fysiske fenomen (McLaughlin 1989). Da vil alle mentale fenomen være epifenomener. Demeritt (1996: 3) nevner kort at enkelte vitenskapssosiologer (sociologists of science) argumenterer for at natur og miljø er epifenomenalt. Det jeg argumenterer for, i henhold til kvalitativ persepsjon av klima, er at vi ikke oppfatter klima i seg selv, men vi oppfatter klima gjennom en rekke andre fenomen. I en kvalitativ sammenheng kan vi ikke skille klima fra andre overordnede fenomen som, for eksempel natur og/eller sted.

Vi kan gå tilbake til figur 2.1: kunnskap som et filter for vår forståelse av natur (side 22). Castree (2005: xviii) skriver at kunnskap om den naturlige verden er ikke det samme som, eller synonymt med den naturlige verden. Kunnskap er et filter som står i mellom oss og natur, samtidig som det bestemmer hvordan vi forstår og behandler det "naturlige". Natur i denne modellen kan like gjerne sies å representere klima, siden klima er natur. Som aktører forstår vi klima gjennom en kunnskapslinse, og gjennom et kvantitativt perspektiv kan vi isolere klima fra resten av naturen. I et kvalitativt perspektiv er dette vanskelig å gjennomføre, ettersom vi ikke kan skille ekstern, iboende og universell natur i fra hverandre. Vi er da avhengig noe som står mellom oss og klima. Sted er et slikt mellomliggende fenomen. Klima er en del av alle steder, og stedet spiller klima gjennom stedsbilder, i den forstand at klima er en natur.

KAPITTEL 8: STEDSIDENTITET, KLIMA OG SUBJEKTIVITET

8.1 OPPSUMMERING

8.1.1 Nigardsbreens verdi

Ut i fra datamaterialet kommer det frem at informantutvalget består av to hovedkategorier: 1) tilreisende akademiske motiv, og 2) tilreisende med rekreasjonsmotiv. Videre kan hovedkategoriene inndeles i ytterligere underkategorier: 1 a) tilreisende som konsumerer kunnskap, 1 b) tilreisende som produserer kunnskap, 2 a) tilreisende med tidligere kjennskap til stedet (gjennom oppvekst, familie og slekt, eller tidligere besøk), og 2 b) tilreisende med turistiske motiv. Personer innen de to hovedkategoriene kan alle bli beskrevet som besøkende, men de kan separeres ut i fra de interessene har i området ved Nigardsbreen, og dette kommer til uttrykk i informantutvalgets underkategorier (se side 64).

Den akademiske kategorien er interessert i Nigardsbreen, eller andre lokale breer. Breene blir for denne gruppen, en kilde til kunnskap. For enkelte er breene noe som skal læres og studeres, og for andre blir breene et forskningsobjekt, en måte å skape ny kunnskap. For denne gruppen av informantutvalget blir stedet et grunnlag for konsumpsjon og produksjon av kunnskap. Stedet fremstår som interessant ettersom det tilbyr muligheter for å observere aktive isbreer. Informantene innen den akademiske kategorien skiller seg ut ved at de er distansert fra rekreasjonsmotiv. Nigardsbreen, samt andre lokale breer blir bare et naturfenomen som skal systematiseres og studeres. Gruppen med rekreasjonsmotiv skiller seg ut fra den akademiske. For denne gruppen er det hovedsakelig naturen, da i form av opplevelser som står i sentrum. Nigardsbreen blir et sted for spesielle opplevelser. Noen former for natur er mer ekstraordinær enn andre. Informantene mener at Nigardsbreen er unik, og det er akkurat dette som gjør stedet verdifullt for informantene, det vil si, stedets ytre er et grunnlag for særegne, og dermed verdifulle opplevelser. Naturen som befinner seg her blir oppfattet som tilgjengelig, ikke uoppnåelig og krevende som andre typer ”ekte” natur. Området ved Nigardsbreen gir muligheter for at en kan ta del i, og komme nær naturen, i motsetning til å betrakte den på avstand.

Nigardsbreen og andre lokale breer er hovedinteressen for majoriteten av de besøkende, vel og merke, med unntak av enkelte informanter i underkategorien: tilreisende med tidligere kjennskap til stedet. Alle informantene er opptatt av natur og friluftsliv. Dette er tilfellet enten en objektiviserer stedet gjennom det akademiske blikket, eller ser stedet gjennom et personlig rekreasjonsmotivert perspektiv. For begge hovedkategoriene fremstår Nigardsbreen som et sted der naturen dominerer. Faktisk, området i sin helhet er ”natur” for begge gruppene. Det menes da at stedet er preget av natur, i motsetning til det sosiale, men av den grunn er Nigardsbreen også naturlig i sin essens. Området har en unik, aktiv og ekte natur, og breene spiller en essensiell rolle i opprettholdelsen av fremstillingen som informantene gir uttrykk for. Breene kan sies å representere denne særegne naturen.

Samtlige informanter sier de er fornøyd med tiden de tilbrakte i området. Hovedsakelig er informantene kommet for å oppleve Nigardsbreen, enten ved å ferdes på selve breen, eller å observere den fra avstand. For noen er breer en ny opplevelse, og dette naturfenomenet er fremmed for dagliglivet til informantene. Det naturlige miljøet i området er også viktig, men det hele blir en scene for Nigardsbreen, ettersom det er breen de fleste vil oppleve. Det praktiske aspektet rundt breturene var noe som alle satt pris på. Særlig var informantene positivt innstilt til at de fikk teknisk og historisk informasjon om breene, noe som forbedret selve opplevelsen.

Negative erfaringer knyttet til besøket er konsentrert rundt informantenes syn på natur. Datamaterialets tendenser indikerer at informantene opererer med et ideal der samfunn og natur er adskilt. Området i seg selv symboliserer natur, og gjerne en intens visuell og ekstrem side av naturen. Informantene kan sies å komme utenfra naturen. Ved å oppsøke Nigardsbreen har de da muligheten til å reise inn i naturen. Dette stedet tilbyr vanlige folk en sjanse til å oppleve noe en vanligvis ikke kan. Det sosiale, for eksempel infrastruktur og mye folk, blir ansett som kunstig og forurensende, noe som forringer den totale erfaringen. Noen informanter mener at stedets nåværende tilstand er bra, men samtidig befinner Nigardsbreen seg på et kritisk punkt, og et økt antall besøkende bør unngås. Andre mener at denne prosessen har allerede kommet for langt, og at dette er noe skuffende.

Innen informantenes beretninger finnes det bilder som beskriver Nigardsbreen som sted. Ved å ta utgangspunkt i informantenes kategorier var det mulig å strukturere en stedsmyte for

Nigardsbreen. Stedsmyten ble forsøkt visualisert gjennom modellen i avsnitt 6.5. Denne myten illustrerer verdigrunnet for området ved Nigardsbreen fra de besøkendes persepsjon. Ut i fra modellen viser det seg at Nigardsbreen som attraksjon, og andre lokale breer spiller en fundamental rolle i Nigardsbreen stedsmyte.

8.1.2 Kvalitativ persepsjon av klima

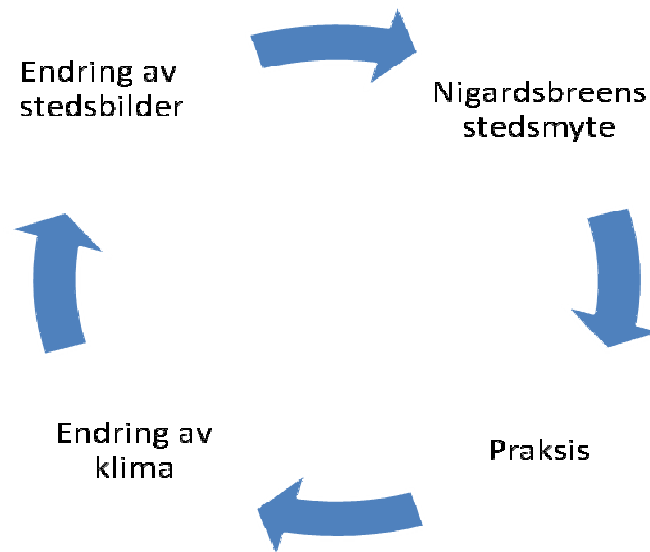
Hvert sted har sitt eget klima, og dette innebærer at klima står i sammenheng med sted på bestemte måter. Fra et kvalitativt standpunkt er ikke klima et selvstendig fenomen som kan løsrives og isoleres fra natur. Klima er noe vi erfarer gjennom naturlandskap, og ulike naturlandskap oppfattes som heterogene tilstander av klima. Sted og klima er dermed vanskelig å skille i fra hverandre, ettersom klima først blir konkretisert dersom det knyttes opp i mot stedsnavn. Klima må derfor betraktes som et element i alle steder. Det inngår da i et steds vesen, eller er en ureducerbar del av dets natur. Dette medfører at klima blir en kunnskap om steder. Kunnskap som er korrekt, mangelfull, nyttig eller unyttig. Det blir en kunnskap som gjør steder heterogene eller homogene, ettersom klima brukes til å differensiere mellom det spesifikke eller generelle. En annen måte å tolke informantenes utsagn på, vil være å hevde at sted og klima gjenspeiler, eller symboliserer hinannen. Dette blir da en sterk kontrast til en kvantitativ oppfatning av klima. I en slik sammenheng er klima knyttet til ekstern natur, og blir klima blir en del av den materielle verden. På denne måten kan klima avgrenses, og dermed kvantifiseres. Det kvalitative klima kan ikke reduseres, og vil være i en tredelt tilstand av ytre omgivelser, en iboende kvalitet og essens på samme tid. Klima er da fortsatt løst i en kvalitativ tilstand, såfremt det ikke knyttes til sted, som da blir klimaets neksus.

Klima kan forstås gjennom primær og sekundærbilder. Primærbilder er naturlandskap, og sekundærbilder kan være element tilhørende en slik type natur (for eksempel dyr, planter og naturfenomen). Bildene er måten informantene identifiserer klima på. Begge former for bilder blir indirekte representasjoner av klima. Av den grunn blir subjektiv persepsjon av det klimatiske epifenomenalt, ettersom vi ikke oppfatter klima i seg selv, men vi oppfatter konsekvensene av klima. Ulike former for natur representerer geografiske variasjoner av klima. Av den grunn blir forskjellige typer natur bilder av klima, men ettersom klima er forankret i sted, blir dette egentlig stedsbilder. Klima er også et fenomen som vi er i kontakt

med til en hver tid. Likevel, det kan ikke erfares som noe selvstendig, ettersom menneskelig persepsjon ikke er altomfattende. Som tidligere nevnt er klima en form for kunnskap om steder. Denne kunnskapen kan både være nøyaktig og generell alt etter vår individuelle kunnskap om steder. Vi skaper bilder av steder gjennom klima, men slike bilder er ikke nødvendigvis naturtro. Hvert eneste sted er unikt, men som enkeltpersoner har vi ikke en presis kunnskap om hvordan steder "egentlig" er. I sammenheng med klima skaper vi klimarom. Det vil si, steder kan plasseres i generelle kategorier ut i fra hvordan vi antar at klima er akkurat der. I en slik sammenheng skaper vi klimarom som inneholder steder, men avgrensningen av slike rom er subjektiv. I praksis vil slike klimarom være forenklinger, stereotypifiseringer, eller en overfokusering av kjernekarakteristikker knyttet til steder, en måte vi kan organisere og differensiere steder på. Til sammen skaper dette forventninger til steder. Klima er da et fenomen som har mye til felles med stedsmyter. Per definisjon er klima mytisk, ettersom det er et fenomen som alltid er i endring, og videre, ikke kan forstås i detalj gjennom det kvalitative. I stedet for er vi selektiv med hvilke bilder vi synes representerer et steds klima.

Klima er et fenomen som representeres gjennom steder. Det er et fenomen som kan knyttes til myter på lik linje med stedsmyter. Hvis klima er et vesentlig element i stedskonseptet, blir ikke klima en myte i seg selv, men en uadskillelig del av stedsmyter. Viktigheten av klima som, enten kjerne eller periferibilder i en stedsmyte, er avhengig av kontekst. Det vil si, hva er ordinær praksis på et sted?

8.2 ET FORSØK PÅ SYNTSE



Figur 8.1: Det interrelasjonelle forholdet mellom stedsidentitet, klima og subjektivitet.

Modellen starter med Nigardsbreens stedsmyte. Myten er strukturert rundt stabile kjernebilder. Den består også av periferibilder som kan karakteriseres som kortlevde, og gjerne lett foranderlige kvaliteter knyttet til stedet. I dette prosjektet ble stedsmyten fremstilt gjennom en modell som tok utgangspunkt i informantutvalgets kategorier. Det underliggende temaet i denne myten forteller at Nigardsbreen er et naturlig sted. Et sted der naturen dominerer, men samtidig en oppnåelig natur som kan erfares av alle. For besøkende med rekreasjonsinteresser er Nigardsbreen hovedattraksjonen. Majoriteten av de besøkende vil havne i denne kategorien. Unntaket vil være personer med en tidligere kjennskap til området. For tilreisende med akademiske interesser kan andre lokale breer være av like stor interesse som Nigardsbreen. Figur 6.2: Nigardsbreens stedsmyte, viser et hierarki av kjerne og periferibilder. Nigardsbreen i seg selv er ikke et kjernebilde, men i underkategoriene av hvert kjernebilde er Nigardsbreen, eller isbreer som fenomen representert. Dette indikerer ikke at Nigardsbreen kan anses som en mindre viktig komponent i stedsmyten, tvert i mot, Nigardsbreen blir et underliggende element som er nødvendig for opprettholdelsen av samtlige kjernebilder i stedsmyten. Ved å modellere Nigardsbreens stedsmyte har det vært mulig å konkretisere hva stedets verdi er i nåtid. Det vil si, stedets verdi ut i fra informantenes perspektiv.

Den andre komponenten i systemet er praksis. Praksis er direkte relatert til Nigardsbreens stedsmyte, og vil vise hva stedets nåværende verdi innebefatter. Informantutvalget kunne deles opp i to hovedgrupper, samt fire undergrupper. Disse gruppene viser også til ulike interesser, og videre, former for praksis knyttet til stedet. Det kommer frem at isbreer, særlig i form av Nigardsbreen, er knyttet til det de tilreisende betrakter som meningsfull praksis i henhold til stedet. De besøkende er kommet for å oppleve en unik type natur. Denne naturen er egentlig festet til breene, et naturfenomen bortenfor hverdagslivets horisont. Ved Nigardsbreen får besøkende muligheten til å vandre på breen. Bare å se en bre er også en ny erfaring for mange å se en bre. For tilreisende med akademiske interesser tilbyr stedet muligheter for å studere glasiiale prosesser gjennom aktive isbreer, men også rekonstruksjon av tidligere glasiiale episoder. Praksis ved dette stedet er i stor grad sentrert rundt Nigardsbreen, og flertallet av informantutvalget er kommet for å erfare isbreer som naturfenomen, men selvfølgelig, på forskjellige måter.

Den tredje komponenten i modellen er endring av klima. I avsnitt 1.3 ble det presentert en generell introduksjon til isbreer som fenomen og den globale situasjonen for isbreer i dag. Kort oppsummert: isbreer er svært følsom for klima. Det er et fenomen som oppstår på lokaliteter under eksakte klimatiske forhold. Vi ser tendenser på at isbreer i verden trekker seg tilbake. Klimatiske fremtidsscenarioer viser til temperaturendringer som skaper et ugunstig levegrunnlag for isbreer. Hvis slike fremtidsvisjoner finner sted vil sannsynligvis mesteparten av norske breer, inkludert Nigardsbreen, opphøre å eksistere. Denne komponenten er viktig, i den forstand, at det er en prosess som pågår i dag. De fysiske endringene vil være svært utslagskraftig for Nigardsbreen som sted, og verdiene som breen utgjør i dag vil da være truet. Vi har fastslått at Nigardsbreen, og andre lokale breer er viktig, eller hele hensikten med besøket for de fleste tilreisende. For besøkende som kommer til området av turistiske motiv vil denne endringen være svært negativ. Det vil være vanskelig å tenke seg hvorfor de ville reise til området uten breer i området. Det er viktig å understreke at denne påstanden er basert ut i fra informantenes nåværende interessegrunnlag i stedet. For personer med tidligere tilknytning til stedet vil også slike endringer være utslagsgivende, men ikke på samme måten som for besøkende i den harde kjerne av det turistiske blikk. Denne sistnevnte kategorien søker ikke nødvendigvis til stedet for breene sin del, men gjennom sin historiske tilknytning til området. Fra et akademisk perspektiv er det ingen tvil om at breene er sentrale. Vel og merke, minkende breer vil ikke nødvendigvis innebære en reduksjon i stedets verdi for denne

gruppen. Som forskningsobjekt, eller læringsobjekt kan breer være interessante enten de gjør fremsteg, trekker seg tilbake, eller holdent svinner hen. I det akademiske blikk er det da muligheter for at verdien av breene kan øke i en sammenheng med klimaendring. Det er viktig å henlede oppmerksomheten til det faktum at endringene vil ikke inntreffe sporenstreks, og effekter på breer vil variere etter topografi og geografisk lokalisering. Breenes regresjon vil ikke være jevnbyrdig, og det innebærer at noen forsvinner raskt, mens noen vil bestå (se kapittel 1: 7-8). Isbreer som fenomen vil da være sjeldnere enn i dag, og som attraksjon innen rekreasjon, og som forskningsobjekt innen academia, ville de gjenværende breene kunne fremstå som mer unik enn det som er tilfelle i dag. Nigardsbreenes tilgjengelighet er en sentral forutsetning for at breen kan produseres. Om Nigardsbreen ble en uproduserbar attraksjon som følge av klimaendringer, kan det fortsatt være muligheter for å markedsføre deler av Jostedalsbreen. Opplevelser knyttet til breer vil da være mer enestående enn før, men sannsynligvis også en mer utilgjengelig opplevelse.

Den fjerde komponenten i modellen er endring av stedsbilder. Dette er et komplekst element som bygger på flere faktorer. Dette kan forklares i tre punkt:

- 1) Nigardsbreenes stedsmyte sier noe om stedets nåværende verdi. Om en går tilbake til kapittel 4, der Nigardsbreen ble presentert, ble det henvist til et tidspunkt der området var isolert og ugjestmildt. Breen var viktig for eksport, import og kommunikasjon, men til tider terroriserte breen beboerne i Jostedalen ved å lage vanskelige levestandarder. Gradvis har stedets verdi utviklet seg til å være synonymt med rekreasjon. Et ankerpunkt for hele prosessen var at breene alltid var i fokus for menneskelig praksis.
- 2) Isbreer som fenomen er et resultat av lokalisering og klima. I dag ser vi endringer i klimatiske forhold. En prosess som dikterer isbreers oppførsel, som per i dag betyr, en global situasjon der isbreer er på tilbakegang.
- 3) Stedets nåværende myte og praksis er avhengig av naturgitte forhold. Det naturlige er en ureduserbar del av systemet. Dagens klimatiske situasjon peker mot ugunstige vekstforhold for breer, og dette medfører en usikker fremtid for Nigardsbreen.

Det er også en siste faktor med i denne fjerde komponenten av modellen. Endring av stedsbilder har tydeligvis en sterk tilknytning til den fysiske verden. Det er også en likeverdig sosial side, siden stedsbilder er sosialt konstruert, og dermed trekkes subjektivitet inn i bildet.

I en kvalitativ sammenheng er klima noe som ikke skilles fra sted. Klima er integrert i alle steder, og det er bare gjennom det abstrakte at klima separeres fra sted. Gjennom det subjektive får vi tilgang på hva klima er i den ”virkelige” verden. Ut i fra informantenes uttalelser er sted en indeks av klima, rettere sagt, ulike tilstander av natur kommer til uttrykk gjennom naturlandskap, men for at de skal fremstå som meningsfulle må de knyttes til stedsnavn. Tidligere er det argumentert for at Nigardsbreens verdi er knyttet til natur, og særlig isbreer, som igjen er et resultat av bestemte klimatiske parametre. Stedsmyter forteller mye om hvordan vi oppfatter, erfarer og bruker steder, med andre ord, hva slags mening vi tillegger et sted. Dersom sted og klima er uadskillelig, innebærer det at klima er en del av alle stedsmyter, men viktigheten av et sådant element vil variere fra sted til sted. Hvis dette er tilfelle vil endring av klima føre til endring av stedsbilder. En kvalitativ forståelse av klima er i stor grad basert på den eksterne verden, eller naturens ytre. Nigardsbreen er et naturlig fenomen, en gjenganger i stedsmytens kjerne og periferibilder, og en særdeles evident refleksjon av klima i seg selv. En gradvis tilbaketrekning av isbreene i området vil sannsynligvis endre persepsjonen av stedet i sin helhet, ettersom stedets ytre natur også er stedets iboende natur.

Den nåværende situasjonen for isbreer kan med tiden erodere bort stedsbilder vi forbinder med Nigardsbreen. I så fall, kan Nigardsbreens nåværende stedsmyte opprettholdes? Om vi tar utgangspunkt i modellen vil endring av stedsbilder fremtvinge en ny stedsmyte. En nåværende stedsidentitet er grunnlaget for de interessene som informantutvalget representerer. Nigardsbreen er et sted der en kan oppfylle slike interesser. Det kommer klart frem at isbreer, både innen persepsjon og erfaringer, er hovedgrunnen for at besøkende viser interesse i stedet. Endring av klima vil dermed påvirke kjerne og periferibilder i Nigardsbreens stedsmyte, ettersom den nåværende stedsmyten er avhengig, og basert på isbreer. Den nåværende myten vil da over tid utvikle seg til en ny stedsmyte. En kan da hevde at klimaendring fører til at stedet mister sin nåværende verdi. Samtidig er en subjektiv forståelse av klima festet til stedskonseptet. I en abstrakt tilstand kan klima manipuleres til det kvantitative, men vår persepsjon av klima er knyttet til steder. Det er slik klima, og klimaendringer blir meningsfylt.

Gjennom dette prosjektet ser vi at breer er et konkret eksempel på klimaets nytteverdi for samfunnet. Ved å ta utgangspunkt i Nigardsbreen demonstreres det at klima kan også være

noe som produseres og konsumeres. Historisk sett har breen alltid vært sentral for Jostedalen, men vi ser at attraksjonen har gradvis blitt rettet mot et rekreasjonsfokus. Nigardsbreen er en naturlig attraksjon, men samtidig er den sosial. Brenæringen er produsenter av breen, mens de tilreisende er konsumenter. Dette vil også være et eksempel på hvordan vi skaper produkter av, og forbruker klima. Dette samspillet av produsenter og konsumenter er også nødvendig for stedets verdi, ved at de to sidene av rommet produserer og reproduserer Nigardsbrens eget rom. Vi sikter da til den nåværende praksisen på stedet. Sammen er tilbyderne og forbrukerne av Nigardsbreen skapere av Nigardsbreen stedsmyte. Det er en samling av bilder som varierer i stabilitet, men noen bilder er viktigere enn andre. I henhold til rekreasjon er Nigardsbreen et sted, som i stor grad, er redusert til breen som attraksjon.

De tilreisende er verdsetterne av Nigardsbreen. Interessene som ble representert i informantutvalget kan sies å peke mot hva Nigardsbrens verdi er for samfunnet. Vi ser at området ved Nigardsbreen har rekreasjonsverdi, men det har også en akademisk verdi. Gjennom et kvalitativt perspektiv på Nigardsbreen har det vært mulig å få innsikt i hvordan mennesker kvalitativt relaterer seg til klima, og dermed er Nigardsbreen en kilde til ”sann” kunnskap om klima. Nigardsbreen blir et eksempel på hva klimaendring kan konkret innebære. Som sted har Nigardsbreen en kjerne som er direkte knyttet til klima, og ved klimaendring vil alle våre interesser i stedet påvirkes.

KAPITTEL 9: EN AVSLUTTENDE DISKUSJON

Her følger en avsluttende diskusjon rundt prosjektets tema og kontekst. Dette prosjektet kan sies å ha betydning innenfor to områder.

9.1 Praktisk betydning: klimaendring og konsekvenser for turistnæring i Norge

Alle steder har en verdi. Forskjellige steder identifiseres og skilles fra hverandre ved at de fremstår som meningsfulle på ulike måter for mennesker. Et sted kan spille et uant antall roller på samme tid, og dermed blir mening noe som er avhengig av kontekst. Med andre ord, verdien skapes gjennom menneskers bruk av stedet. Steder består av en enestående sosial og naturlig sammensetning, og av den grunn er et sted unikt. De innehar særegne egenskaper, og dermed kan de skilles fra andre steder. Slike egenskaper kan også sies å være ressurser. Ressurser som dette kan enten være sosiale eller naturlige. De sosiale ressursene kan være kulturelle særpreget, historiske byggverk, eller mytiske kvaliteter. Naturlige kvaliteter kan være, for eksempel, spesielle naturlandskap. Over tid kan et sted miste sin nåværende verdi, ettersom interesser forandrer seg, og overutnytting og slitasje forekommer.

Klima kan også sies å være en ressurs, men en ressurs som vi tar for gitt i mange sammenhenger. Vi anser klima som en stabil faktor som alltid er til stede, noe som er integrert i en regions karakteristikker. Det er en egenskap, en ressurs som vi anser som å være stabil, utenfor menneskelig kontroll, noe som er unødvendig å ta i betraktning. Det er en opplagt sammenheng mellom klima og turisme (Hamilton & Tol 2004: 3; Teigland 2003). Det er usikkert hvor viktig denne faktoren er. Det kommer an på hva som markedsføres av produsenten. Noen steder markedsføres med et sterkt fokus på det naturlige, altså spesielle landskap og spesielle naturlige forhold, som kan være avhengig av et spesielt klima. Det er også steder som eksisterer innenfor klimanisjer som vil merke størst forandringer under klimaendringer. Vi hører ofte at turisme blir referert som en type industri. For at industri skal være vellykket, er den avhengig av lokalisering i nærheten av ressurser, og at den har tilgang til lokale, nasjonale eller globale markeder. Turismen markedsfører seg ofte igjennom slike stedsbestemte karakteristikker. Et steds fysiske ressurser er avhengig av beliggenhet. Vi tar ofte for gitt at de klimatiske forholdene er stabile. Det har alltid vært slik, det er bare en av de kvalitetene som steder har.

I følge Sack (1997) består steder av en fysisk, sosial og kulturell side, men et sted vil alltid ha en dominerende side. Noen steder vil da en dominerende fysisk side, altså, det er den naturlige siden vi assosierer med stedet. I noen tilfeller er turisme sesongbasert. Driften er rettet mot enkelte årstider, og er avhengig av et stabilt klima. Slike destinasjoner blir fremstilt som steder der eksakte aktiviteter kan gjennomføres. Det er også lokaliteter som eksisterer innenfor klimanisjer som vil merke størst forandringer under klimaendringer. I en økonomisk verden er det geografiske forskjeller som blir utnyttet. Geografiske ulikheter blir da grunnlaget for all økonomisk vinning. Et åpenbart eksempel på dette er turistnæringen, en industri som utnytter geografiske ulikheter for deres potensielle rekreasjonsverdi. Geografiske romm, blir i en slik kontekst, en ressurs til å fremstille et produkt til potensielle kunder. Turistnæringen er også avhengig av å reprodusere slike produkt kontinuerlig.

Det pågår klimaendring i dag, dermed innebærer det at steder endres fysisk, og noen vil oppleve mer intensive endringer. Særlig de perifere formene for natur vil se merkbare endringer. Turisme relatert til snø og is vil være et konkret eksempel der klimaendringer kan ha betraktelige utfall. For dette prosjektet er det tatt utgangspunkt i breturisme. Dette er også en form for turisme direkte knyttet til klima, ettersom breer bare kan eksistere innen bestemte klimatiske parametre. Over lang tid har globale tendenser vært at breer trekker seg tilbake. De oppfører seg på denne måten fordi klimaendringer dikterer en slik oppførsel. Endringer i klima er med på å forandre den fysiske verden. Den sosiale verden kan derfor ikke eksistere upåvirket av de endringene som faktisk pågår.

9.2 Akademisk betydning: en ny tilnærming til klima innen samfunnsvitenskaplig forskning?

Det blir viet mye tid og ressurser på klimarelatert forskning. Studiet av klima er, og har vært dominert av naturvitenskaper. Klima er derfor noe som eksklusivt forstås og forklares av naturvitere. En akkumulasjon av klimarelatert kunnskap gjør at miljømessige endringer kan kartlegges og forutsies på en stadig bedre måte. Denne produksjonen av ny kunnskap skaper en økende bevissthet rundt tema, men skaper også nye ubesvarte spørsmål. Det er spørsmål rettet mot hva effektene av klimaendringer betyr for samfunnet. Klimaendring kan derfor ikke reduseres til de ikke-menneskelige aspektene av verden, ettersom klimaendring er noe som vil

faktisk berøre folk og samfunn. Det derfor behov for et samfunnsvitenskaplig perspektiv innen klimaforskning. Det er også et klart ønske om at samfunnsvitenskapene skal bli mer aktiv innen dette feltet. I en artikkel fra Bergens Tidende (bt.no) publisert 12.05.2009, blir Rajendra Pachauri, lederen for FNs klimapanel sitert: ”*Den sosiale virkningen av klimaendringen må undersøkes grundig, her har ikke vitenskapen gjort nok. Det er én ting å konstatere hva som er i ferd med å skje, og noe helt annet å finne en plan for fremtiden*”. I Norge er samfunnsvitenskaper allerede inkludert, blant annet i NORKLIMA, et forskningsprosjekt med fokus på klimaendringer og konsekvenser for Norge. Behovet for samfunnsrettet klimaforskning blir begrunnet med at manglende kunnskap om økonomiske konsekvenser av klimaendringer er en betydelig svakhet (NORKLIMA brosjyre 2008: 1). Ved å innlemme samfunnsvitenskaper vil det menneskelige aspektet bli inkludert i klimaforskning. Et nødvendig tiltak siden klimautfordringer betyr sosiale utfordringer.

Selv om samfunnsvitenskap nå involverer seg i klimaspørsmålet er forskningen fremdeles distansert fra mennesker i seg selv. Årsaken er at klimaforskning, selv innen samfunnsvitenskap, er til nå overveldende fokusert på kvantitative tilnærminger (se Randers 2006). I et kvantitativt rammeverk blir mennesker begrenset til tall og statistikk. Mennesker blir ofte da redusert til enheter som følger en påtvunget rasjonalitet. Gjennom slike data får vi en mekanistisk, og dermed ukomplett forståelse av hvordan mennesker forholder seg til endringer av naturen. Et samfunnsvitenskaplig arbeid fokusert på kvalitative aspekter av klima er derimot uvanlig. Det er akkurat derfor dette kan være interessant, altså, forholdet mellom kvantitativ og kvalitativ forståelse av klima. På den ene siden har en det objektive klima, klima slik som det forstås av forskere og eksperter. Det er også den vanlige måten som klima omtales på. På den andre siden har en det subjektive klima, en ubeskrevet side, men samtidig noe som alle mennesker har et forhold til ettersom klima er allestedsnærværende. I dag finnes det fremdeles lite til ingen informasjon om klima fra et subjektivt ståsted. Dette prosjektet forsøker å ta tak i akkurat dette.

Det virker vanskelig å knytte kvalitative tolkninger opp mot klima alene, siden klima ikke forstås som en uavhengig faktor. På dette tidspunktet finnes det heller ingen konkret metodologi for å undersøke dette. Dermed kan en kvalitativ tilnærming til klima virke uoppnåelig da det ikke finnes en fastsatt vei, eller et rammeverk som kontekstualiserer

konseptet i seg selv. Det er derfor nødvendig å skape en passende metodologi for å undersøke fenomenet.

Klima eksisterer overalt til en hver tid. Et fenomen som ikke kan isoleres gjennom sansene. For mennesker blir da klima et element av landskapet, den spesifikke naturen som eksisterer på bestemte steder. Vi kan kvantitativt skille mellom ulike sider ved klima, for eksempel, gjennom nedbør, temperatur, vindstyrke osv. Klima som en helhet er derimot noe erfares gjennom landskap (Knebusch 2008: 4-5). Det sies at geografi er vitenskapen som studerer forholdet mellom det fysiske miljøet og mennesket (Viles 2005: 27), en brobygger mellom samfunn og natur, eller samfunnsvitenskap og naturvitenskap. Geografi kan også betraktes som vitenskapen til sted og rom (Holt-Jensen 2007: 109-112). Klima fortolkes gjennom landskap, men et landskap kan skilles fra et annet, fordi, alle geografiske ulikheter blir først meningsfylte dersom de identifiseres som steder. Stedkonseptet kan derfor være nøkkelelement til en kvalitativ forståelse av klima. Et geografisk perspektiv kan være en verdifull bidragsyter innen kvalitativ klimaforskning gjennom sitt fokus på sted. Geografi burde ha forutsetninger for å bidra på en konstruktiv måte ettersom geografi allerede har et metodologisk grunnlag for å studere fenomenet.

REFERANSER

LITTERÆRE KILDER

Aall, C., Brandshaug, S., Aurvåg Farsund, A., Hauge, J., Nødland, S. I., Pettersen, I. B., Rusten, G. & Ytterdal, E.R. 2006. *Opplevelsesnæringene i vestlandsbygdene: betingelser, strategier og muligheter*. Rapport 2006: 7. SNF (<http://hdl.handle.net/2330/101>).

Aase, T. H. 1997. *Tolkning av kategorier. Observasjon, begrep og kategori. Metodisk feltarbeid: Produksjon og tolkning av kvalitative data*. Erik Fossåskaret, Otto Laurits Fuglestad og Tor Halfdan Aase (red.). Oslo: Universitetsforlaget.

Aase, T. H. & Fossåskaret, E. 2007. *Skapte virkeligheter. Om produksjon og tolkning av kvalitative data*. Oslo: Universitetsforlaget.

Agnew, J. A. & Duncan, J. S. 1989. *The Power of Place. Bringing together geographical and sociological imaginations*. Boston: Unwin Hyman.

Andreassen, L. M., Elvehøy, H. Giesen, Jackson, M., Kjøllmoen B., & Tvede, A. M. 2009. *Glaciological investigations in Norway 2008*. Edited by Bjarne Kjøllmoen. Norges vassdrags – og energidirektorat (NVE).

Andreassen, L. M., Elvehøy, H. & Kjøllmoen, B. 2005. *Store endringer i Norges isbreer*. Cicerone 2-2005: pp. 12-14..

Andreassen, L. M., Elvehøy, H. & Kjøllmoen, B. 2007. *Norges isbreer minnet kraftig i 2006*. Cicerone 2-2007: pp. 8-9.

Bakke, J., Dahl, S. O., Lie, Ø. & Nesje, A. 2006. *Dramatiske for norske isbreer i fremtiden*. Cicerone 1-2006: pp. 22-24.

Berg, G. N. & Dale, B. 2004. *Kapittel 4: Sted – Begreper og teorier. Mennesker, steder og regionale endringer: Nina G. Berg, Britt Dale, Hans K. Lysgård & Anders Løfgren (red.)*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.

Birkeland, I. J. 2004. *Kapittel 12: Mennesket som et bevegelig sted; feriens steder og regionale endringer. Mennesker, steder og regionale endringer: Nina G. Berg, Britt Dale, Hans K. Lysgård & Anders Løfgren (red.)*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.

Birkeland, I. J. 2005. *Making place, Making Self. Travel, Subjectivity and Sexual Difference*. Aldershot: Ashgate Publishing.

Bradley, R. S. 1999. *Paleoclimatology. Reconstructing Climates of the Quaternary. Second Edition*. San Diego, Calif.: Harcourt Academic Press.

- Bradshaw, M. & Stratford, E. 2005.** *Chapter 5: Qualitative Research Design and Rigour. Qualitative Research Methods in Human Geography, Second Edition, Edited by Hay, I.* South Melbourne, Vic.: Oxford University Press.
- Braun, B. 2006.** *Chapter 10: Towards a New Earth and a New Humanity: Nature, Ontology, Politics. David Harvey. A Critical Reader. Edited by Noel Castree and Derek Gregory.* Malden, Mass.: Blackwell Publishing.
- Braun, B. & Castree, N. 1998.** *Chapter 1: The construction of nature and the nature of construction: analytical and political tools for building survivable futures. Remaking Reality. Nature at the millennium.* London: Routledge.
- Bruaset, O. 1996.** *Jostedalsbreen.* Oslo: Det Norske Samlaget.
- Bruheim, S. 1989.** *Patentf rordninga. Jostedalsbreen og bygda den fikk navn etter.* Oslo: Grøndahl & S n Forlag A/S.
- Burgess, R.G. 1991.** *In the Field. An Introduction to Field Research.* London: Routledge.
- Carter, N. 2007.** *The Politics of the Environment: Ideas, Activism, Policy.* Second Edition. Cambridge: Cambridge University Press.
- Castree, N. 1997.** *Nature, Economy and the Cultural Politics of Theory: the ‘War Against the Seals’ in the Bering Sea, 1870-1911.* Geoforum. Vol. 28. No. 1. pp: 1-20.
- Castree, N. 2001a.** *Chapter 1: Socializing Nature: Theory, Practice, and Politics. Social Nature: Theory, Practice, and Politics, Edited by Noel Castree and Bruce Braun.* Oxford: Blackwell Publishing.
- Castree, N. 2001b.** *Chapter 10: Marxism, Capitalism, and The production of Nature. Social Nature: Theory, Practice, and Politics, Edited by Noel Castree and Bruce Braun.* Oxford: Blackwell Publishing.
- Castree, N. 2002.** *Environmental issues: from policy to political economy.* Progress in Human Geography 26, 3 (2002) pp. 357-365.
- Castree, N. 2003a.** *Environmental issues: relational ontologies and hybrid politics.* Progress in Human Geography 27, 2 (2003) pp. 203-211.
- Castree, N. 2003b.** *Commodifying what nature?* Progress in Human Geography 27,3 (2003) pp. 273–297.
- Castree, N. 2004.** *Nature is dead! Long live nature!.* Environment and planning A 2004, volume 36, pages 191-194.
- Castree, N. 2005.** *Nature.* London; New York: Routledge.

- Castree, N. & MacMillan, T. 2001.** *Chapter 11: Dissolving Dualisms: Actor-networks and the Reimagination of Nature. Social Nature: Theory, Practice, and Politics*, Edited by Noel Castree and Bruce Braun. Oxford: Blackwell Publishing.
- Conradson, D. 2005.** *Chapter 8: Focus Groups. Methods in Human Geography, A guide for students doing a research project, Second edition.* Edited by Robin Flowerdale and David Martin. Harlow: Pearson Education.
- Cresswell, T. 2004.** *Place. A short introduction.* Malden, Mass.: Blackwell Publishing.
- Dahl, S.O., Lie, Ø. & Nesje, A. 2002.** *Breens klimatiske følsomhet i Norge.* Cicerone 2-2002: pp. 23-25.
- Dahl, S.O., Lie, Ø., Nesje, A. & Nordli, Ø. 2003.** *Isbrear reagerer ulikt på klimaskifte.* Cicerone-1, 2003: pp. 22-24.
- Demeritt, D. 1996.** *Social theory and the reconstruction of science and geography.* Transactions of the Institute of British Geographers, New Series, Vol. 21, No. 3. (1996), pp. 484-503.
- Demeritt, D. 2001a.** *Chapter 2: Being constructive about Nature? Social Nature: Theory, Practice and Politics.* Oxford: Blackwell Publishing.
- Demeritt, D. 2001b.** *The Construction of Global Warming and the Politics of Science.* Annals of the Association of American Geographers, 91 (2), 2001, p. 307-337.
- Demeritt, D. 2002.** *What is the 'social construction of nature'? A typology and sympathetic critique.* Progress in Human Geography 26, 6 (2002) pp. 767-790.
- Dunn, K. 2000.** *Chapter 4: Interviewing. Qualitative Research Methods in Human Geography,* Edited by Ian Hay. Melbourne: Oxford University Press.
- Dunn, K. 2005.** *Chapter 6: Interviewing. Qualitative Research Methods in Human Geography, Second Edition,* Edited by Ian Hay. South Melbourne, Vic.: Oxford University Press.
- Dybwad, T. 1994.** *Forvaltningsplan for Jostedalsbreen nasjonalpark. Rapport nr. 3-1994 (nettutgåve: 2002).* Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, Miljøvernvedelingsa.
- Entrikin, J.N. 1991.** *The Betweenness of Place. Towards a Geography of Modernity.* Baltimore, Md.: The John Hopkins University Press.
- Evans, M. 1988.** *Chapter 11: Participant observation: The Researcher as Research Tool. Qualitative Methods in Human Geography,* Edited by: John Eyles and David M. Smith. Cambridge: Polity Press.

- Faaberg, A.B. 1989a.** *Naturkrefter. Jostedalsbreen og bygda den fikk navn etter.* Oslo: Grøndahl & Søn Forlag A/S.
- Faaberg, A.B. 1989b.** *Nytteferdsel på breen. Jostedalsbreen og bygda den fikk navn etter.* Oslo: Grøndahl & Søn Forlag A/S.
- Forbes, D. 2000.** *Chapter 7: Reading Texts and Writing Geography. Qualitative research methods in Human Geography, Edited by Ian Hay.* Melbourne: Oxford University Press.
- Fuglestad, L.O. & Mørkeseth, E.I. 1997.** *Et semiotisk perspektiv på forskningsprosessen og på forskerens rolle I felten. Metodisk feltarbeid: Produksjon og tolkning av kvalitative data.* Erik Fossåskaret, Otto Laurits Fuglestad og Tor Halfdan Aase (red.). Oslo: Universitetsforlaget
- Graham, E. 2005.** *Chapter 1: Philosophies underlying human geography research. Methods in Human Geography, A guide for students doing a research project, Second edition. Edited by Robin Flowerdale and David Martin.* Harlow: Pearson Education.
- Hamilton, J. M. & Tol, R. S. J. 2004.** *The Impacts of Climate Change on Tourism and Recreation.* Research Unit Sustainability and Global Change FNU-52, Hamburg University and Centre for Marine and Atmospheric Science, Hamburg.
- Hansen, F. & Simonsen, K. 2004.** *Geografiens videnskapsteori – en introducerende diskussion.* Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Harvey, D. 1993.** *Environmental discourses: the nature of environment: the dialectics of school and environ-mental change.* Socialist Register, 1-51.
- Harvey, D. 1974.** *Population, Resources, and The Ideology of Science.* Economic Geography, Vol. 50, No. 3 (Jul., 1974), pp. 256-277. Clark University.
- Holloway, L. & Hubbard, P. 2001.** *People and Place. The extraordinary geographies of everyday life.* Harlow: Pearson Education Limited.
- Holt-Jensen, A. 1990.** *Geografiens innhold og metoder. 2. utgave.* Oslo: Universitetsforlaget.
- Holt-Jensen, A. 1999.** *Geography: History and concepts. A student's guide. Third edition.* London: Sage Publications.
- Holt-Jensen, A. 2007.** *Hva er geografi?* Oslo: Universitetsforlaget.
- Johnston, R.J. 1983.** *Philosophy and Human Geography. An Introduction to Contemporary Approaches.* London: Edward Arnold.
- Jones, G. 2004.** *People and Environment: A Global Approach.* Harlow: Pearson Education.
- Katz, C. 1998.** *Chapter 2: Whose nature, whose culture? Private production of space and the "preservation" of nature. Remaking Reality, Nature at the millennium.* London: Routledge.

- Kitchin, R. & Tate, N.J. 2000.** *Conducting Research into Human Geography: theory, methodology & practice.* Harlow: Pearson Education.
- Kjeldstadli, K. 1997.** *Å analysere skriftlige kilder. Metodisk feltarbeid: Produksjon og tolkning av kvalitative data.* Erik Fossåskaret, Otto Laurits Fuglestad og Tor Halfdan Aase (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Kjærvik, N. 1989.** *Glimt frå pionertida. Jostedalsbreen og bygda den fikk navn etter.* Oslo: Grøndahl & Søn Forlag A/S.
- Knebusch, K. 2008.** *Outline of a phenomenology of climate, Art and climate (change) perception. Sustainability: a new frontier for the arts and cultures, Sacha Kagan et Volker Kirchberg (ed.).* Frankfurt a. Main, Verlag fur Akademische Schriften, 2008, pp. 242-261.
- Lakoff, G. & Johnson, M. 1980.** *Metaphors We Live By.* Chicago: The University of Chicago Press.
- Lash, S. & Urry, J. 1994.** *Economies of Sign and Space.* London: Sage publications.
- Latour, B. 1993.** *We Have Never Been Modern. Translated by Catherine Porter.* New York: Harvester Wheatsheaf.
- Lefebvre, H. 1991.** *The production of space. Translated by Donald Nicholson Smith.* Oxford: Blackwell Publishing.
- Light, A., Roberts, D. & Smith, M. J. 1998.** *Introduction: Philosophies and Geographies of Place.* Philosophy and Geography III. Philosophies of Place. Edited by Andrew Light and Jonathan M. Smith. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Longhurst, R. 2003.** *Chapter 8: Semi-structured interviews and focus groups. Key Methods in Geography.* Edited by Clifford, N.J. & Valentine, G. London: Sage publication.
- Lysgård, H.K. 2004.** *Kapittel 2: Romlighet i studier av mennesker, steder og regioner. Mennesker, steder og regionale endringer: Nina G. Berg, Britt Dale, Hans K. Lysgård & Anders Løfgren (red.).* Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Malpas, J. 1998.** *Finding Place. Spatiality, Locality, and Subjectivity. Philosophy and Geography III. Philosophies of Place. Edited by Andrew Light and Jonathan M. Smith.* Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Mayhew, S. 2004.** *Oxford Dictionary of Geography.* Oxford: Oxford University Press.
- McLaughlin, B. 1989.** *Type Epiphenomenalism, Type Dualism, and The Causal Priority of The Physical.* Philosophical Perspectives, Vol. 3, Philosophy of Mind and Action Theory (1989), pp. 109-135.
- Nesje, A. 1995.** *Brelære.* Kristiansand: Høyskoleforlaget A/S.
- Nesje, A. 2004.** *Isbreene i Europa minker. Ciccerone 5-2004: pp. 24-26.*

- Nesje, A. 2006.** *Isbreene smelter – Havnivået stiger.* Cicerone 3-2006: pp. 14-16.
- Nesje, A. 2008.** *Isbrevekst skyldes vinternedbør.* Klima (NORKLIMA), 2008 (1): pp.41.
- NORKLIMA. 2008.** *NORKLIMA brosjyre 2008.* Norges forskningsråd, NORKLIMA.
- Pickles, J. 1988.** *Chapter 13: From Fact-world to Life-world. The phenomenological Method and Social Science Research. Qualitative Methods in Human Geography, Edited by: John Eyles and David M. Smith.* Cambridge: Polity Press.
- Randers, J. 2006.** *Et klimavennlig Norge. Utredning fra et utvalg oppnevnt ved kongelig resolusjon 11. mars 2005. Avgitt til miljødepartementet 4.oktober 2006.* Norges offentlige utredninger 2006:18.
- RegClim. 2005.** *RegClim 2005: Norges klima om 100 år. Usikkerheter og risiko.* RegClim.
- Ryvarden, L. & Wold, B. 1996.** *Jostedalsbreen. Norges største isbre.* Oslo: Boksenteret forlag.
- Sack, R.D. 1980.** *Conceptions of Space in Social Thought. A geographical Perspective.* London: The MacMillan Press Ltd.
- Sack, R.D. 1997.** *Homo Geographicus.* Baltimore, Md. : John Hopkins University Press, pp. 27-126.
- Shields, R. 1991.** *Places on the Margin. Alternative geographies of modernity.* London: Routledge.
- Simonsen, K. 1993.** *Byteori og hverdagspraksis.* København: Akademisk forlag.
- Soja, E.W. 1996.** *Thirdspace. Journey to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places.* Cambridge, Mass.: Blackwell publishing.
- Soper, K. 1995.** *What is Nature? Culture, Politics and The Non-Human.* Oxford: Blackwell Publishing.
- Smith, F. M. 2003.** *Chapter 12: Working in Different Cultures. Key Methods in Geography. Edited by Nicholas J. Clifford & Gill Valentine.* London: Sage publications.
- Strahler, A. & Strahler, A. 2003.** *Introducing Physical Geography. Third Edition.* New York: John Wiley & Sons Inc.
- Teigland, J. 2003.** *Klimaendring og norsk reiseliv. Er sommerturismen på Vestlandet klimafølsom? VF-Rapport 6/2003.* Vestlandsforskning.
- Tuan, Y.F. 1977.** *Space and Place. The perspective of Experience.* London: Edward Arnold Ltd.

- Tuan, Y.F. 1996.** *Space and Place: Humanistic Perspective. Human Geography. An Essential Anthology.* Edited by John Agnew, David N. Livingstone & Alisdair Rogers. Oxford: Blackwell Publishing.
- Urry, J. 1995.** *Consuming places.* London: Routledge.
- Urry, J. 2002.** *The Tourist Gaze. Second Edition.* London: Sage Publications.
- Valentine, G. 2005.** Chapter 7: *Tell me about...: using interviews as a research methodology. Methods in Human Geography, A guide for students doing a research project, Second edition.* Edited by Robin Flowerdale and David Martin. Harlow: Pearson/Prentice Hall.
- Viles, H. 2005.** Chapter 2: *A Divided Discipline? Questioning Geography,* Edited by: Noel Castree, Alisdair Rodgers and Douglas Sherman. Malden, Mass.: Blackwell Publishing.
- Wadel, C. 1991.** *Feltarbeid i egen kultur. En innføring i kvalitativt orientert samfunnsforskning.* Flekkefjord: Seek A/S.
- Whatmore, S. 2002.** *Hybrid Geographies. Natures, cultures, spaces.* London: Sage Publications.
- Weichert, Karen. 2008.** *The Jostedalsbreen.* Leikanger: Skald.
- Williams, R. 1993.** *Keywords. A vocabulary of culture and society.* London: Fontana Paperbacks.
- Wold, B. 1989.** *Litt brekunnskap. Jostedalsbreen og bygda den fikk navn etter.* Oslo: Grøndahl & Søn Forlag A/S.
- Woods, M. 2005.** *Rural Geography.* London: Sage Publications.

INTERNETTKILDER

[WWW.BT.NO:](http://www.bt.no)

<http://www.bt.no/miljo/article845939.ece>

[WWW.JOSTEDAL.COM:](http://www.jostedal.com)

<http://www.jostedal.com/portal.htm>

[WWW.NGU.NO:](http://www.ngu.no)

<http://www.ngu.no/kart/arealisNGU/>

[WWW.NVE.NO:](http://www.nve.no)

<http://www.nve.no/no/vann-og-vassdrag/hydrologi/bre/bremalinger/massebalansemalinger/nigardsbreen/>

VEDLEGG

Samtykkeerklæring til de besøkende ved Nigardsbreen som svarte ja til å delta i intervju:

SAMTYKKEERKLÆRING

Du har nå blitt gjort oppmerksom på følgende forskningsprosjekt: Isbreer og stedsopplevelse i en kontekst av klimaendring. Hvis du ønsker og delta i dette forskningsprosjektet må du signere denne samtykkeerklæringen.

Jeg bekrefter at jeg er informert om dette forskningsprosjektet (gjennom informasjonsbrevet), og jeg gir mitt samtykke til å delta i dette forskningsprosjektet slik som det er beskrevet.

Navn.....

.....
Sted og dato

.....
Signatur

Letter of consent to the visitors at Nigardsbreen who responded yes to participate in interviews:

LETTER OF CONSENT

You have now been made aware of the following research project: Glaciers and place experience in the context of climate change. If you wish to participate in this research project you must sign this letter of consent.

I confirm to be informed about this research project (through the information letter), and I give my consent to participate in this research project in the way it has been described.

Name.....

.....
Place and date

.....
Signature



Juni 2008

Til besøkende ved Nigardsbreen

Isbreer og stedsopplevelse i kontekst av klimaendring

Mitt navn er Håkon Randal og jeg er en mastergradsstudent i geografi ved Universitetet i Bergen. I løpet av sommeren 2008 vil jeg gjennomføre et feltarbeid til masterprosjektet mitt. Feltarbeidet vil vare i omtrent 2 uker, og vil finne sted ved Nigardsbreen, Luster kommune, Sogn og fjordane. Prosjektet tar for seg hvordan steders funksjon kan endres ved klimaendring. Det er også meningen å få innsikt i subjektiv fortåelse av klima i konteksten der klima er en ressurs for turistnæringen. Her er prosjektets problemstilling:

Fører klimaendring til at steder mister/endrer sin funksjon? Kan en få kvalitativ innsikt i klima gjennom å se på forholdet mellom klima og turisme?

Feltarbeidet omfatter intervju med besøkende ved Nigardsbreen. Når det forskes på klima, skjer det vanligvis gjennom tall og statistikk. Det er blitt gjort lite forskning på menneskers meninger og oppfatninger om klima. Den beste måten å samle inn data til et slikt prosjekt vil være gjennom intervju. Informantene er ikke valgt på forhånd, men vil bli tilfeldig valgt ut på lokaliteten. Selve intervjuet vil ta omtrent 60 min.

Det er frivillig å delta i et intervju. Hvis det er spørsmål du ikke kan eller vi svare på, kan du velge å ikke svare. Som forsker har jeg taushetsplikt, og den informasjonen du bidrar med vil være konfidensiell. Kommentarer fra informanter kan bli sitert i publikasjonen av prosjektet, men du vil ikke kunne bli gjenkjent gjennom navn eller på andre måter. Prosjektet avsluttes i 30. juni 2009. Ved prosjektslutt anonymiseres alle innsamlede opplysninger.

Hvis du har spørsmål angående dette prosjektet kan du kontakte meg på telefonnummer: 45 27 59 62, eller denne epostadressen: Hakon.Randal@student.uib.no

Du kan også kontakte veilederen min Inger Birkeland på telefonnummer: 92 65 62 36, eller denne epostadressen: Inger.Birkeland@geog.uib.no

Takk for at du tok deg tid til å lese dette.

Med vennlig hilsen

Håkon Randal(signatur)

Student



UNIVERSITETET I BERGEN

Institutt for geografi

June 2008

To the visitors of Nigardsbreen

Glaciers and place experience in the context of climate change

My name is Håkon Randal and I am a mastersdegree student at The department of Geography at the University of Bergen, Norway. During the summer of 2008 I intend to conduct fieldwork for my master project. The fieldwork will last for approxomatly 2 weeks, and will be conducted at Nigardsbreen, Luster municipality, Sogn og fjordane county, Norway. The purpose of the project is to look at how the meaning/function of places can change because of climatic change. Another goal of the project is to gain an insight in a subjective understanding of climate in the context of climate as a resource for the tourist industry. Here is the research question for the project:

Does climatic change lead to changes in the functionality of locations? Is it possible to gain a qualitative knowledge of climate by looking at the relation between climate and tourism?

The fieldwork will mainly consist of interviews with the visitors of Nigardsbreen. When studying climate, we usually produce results based on numbers and statistics. There has been done very little research regarding peoples' opinions and perceptions of climate. The best way to provide data for such a project would be through interviews . The informants have not been selected in advance, but will be selected at random at the location of the fieldwork. The interview will last for about 60 minutes.

To participate in an interview is voluntary. If there are questions you can not, or do not wish to answer, you are free not to answer. As a researcher I am bound by a vow of silence, and all the information you provide me with will be confidential. Comments from informants might be quoted in the publication of the project, but you will not be recognized by name or in any other way. The project will be ended 30th of June 2009. At the end of the project all collected information will be made anonymous.

If you have any questions regarding this project you can contact me on this phonenumber: (47)45 27 59 62, or on this email adress: Hakon.Randal@student.uib.no

You can also contact my supervisor/mentor Inger Birkeland on this phonenumber: (47)92 65 62 36, or on this email adress: Inger.Birkeland@geog.uib.no

Thank you for your time.

Håkon Randal(signature)

Student

INTERVJUGUIDE (NORSK)

1. STED (Nigardsbreen, Sogn og fjordane):

- *Hvor er du/dere i fra/Hvor langt har du/dere reist?*
- *Hvorfor valgte du/dere og besøke Nigardsbreen?*
- *Hva er det du/dere vil se/oppleve? Hva gjør lokaliteten interessant?*
- *Hvordan fikk du/dere vite om dette stedet/regionen?*
- *Hadde du/dere noen tanker/formeninger om dette stedet på forhånd?*
- *Hva forventer du av besøket ditt/deres ved Nigardsbreen?*
- *Hva er hensikten med besøket ditt? Hva vil du gjøre her?*
- *Hva tror du dere ville være naturlig for dette stedet?Hva er synes du hører til her/Hva er "in place"?*
- *Hva tror du dere ville være unaturlig for dette stedet? Hva hører ikke til her/Hva er "out of place"?*
- *F.eks et stort hotell? Trær på alle fjelltopper her, og ikke snø?*

2. FREMSTILLING:

- *På hvilken måte ble dette stedet fremstilt da du fikk vite om det?*
- *Hva synes du det ble mest lagt vekt på i denne fremstillingen? Bestemte attraksjoner? Regionen generelt? Bestemte aktiviteter? Bestemte opplevelser?*
- *Er Nigardsbreen eksotisk for deg/dere? Skiller den seg mye ut fra det du/dere er vant til?*

3. OPPLEVELSE:

- *Er du/dere fornøyd/misfornøyd med det du/dere har sett og opplevd under besøket?*
- *Hva var/er bra?*
- *Hva var/er dårlig?*

4. KLIMA:

- *Hva er bra vær for deg?F.eks når du er hjemme, eller hvis du bestemmer deg for å reise på ferie?Hvorfor liker du denne typen vær?*
- *Hva er dårlig vær for deg? Hvorfor misliker du denne typen vær?*
- *Hvordan synes du været er der du kommer i fra?*
- *Hvordan synes du været er her?*
- *Hvordan forventer du/dere at været skal være her?*
- *Ville du synes det var positivt eller negativt med temperaturendringer på hjemstedet ditt? Hvorfor ville det være positivt eller negativt?*
- *Ville du synes det var positivt eller negativt med temperaturendringer på denne plassen/dette stedet?Hvorfor ville det være positivt eller negativt?*
- *Hvor viktig er værforhold/klima når du/dere velger reisemål?*
- *Er det noen plasser du ville foretrekke å besøke pga av klima? Hvilke? Hvorfor?*
- *Er det noen plasser du unngår pga av klima? Hvilke?Hvorfor?*

5. POLITIKK/SAMFUNN/NATUR:

- *Synes du/dere at det er viktig med et fokus på miljø? Hvorfor mener du/dere dette? Har du alltid hatt denne meningen/oppfatningen? Har denne oppfatningen/meningen forandret seg med tiden?*
- *Hva er din mening om naturvern?Er det bra at en bevarer områder for sine naturlige kvaliteter/særegenhet? Hvorfor mener du dette?Er denne formen for vern et hinder for andre ting? F.eks for turisme, jordbruk, næringsutvikling?*
- *Hva mener du om eksponeringen som klima får i media? Får dette temaet for mye plass i media? Overdriver eller underdriver en eventuelle konsekvenser som kan være en følge av klimaendring?*
- *Synes du klimatiltak/miljøtiltak er positivt eller negativt? F.eks klimakvoter, høyere pris på flybilletter, at en er oppmerksom på å redusere utslipp fra industri og transport etc. På hvilken måte er det positivt eller negativt?*
- *Er klima noe som er uavhengig av menneskelig aktivitet? Er menneskelig aktivitet noe som påvirker klimatiske forhold?*
- *Mener du at det pågår klimaendring i dag? Hvordan har du kommet frem til akkurat dette?*
- *Er i såfall klimaendring positivt eller negativt? Forklar hvorfor....*

INTERVJUGUIDE (ENGELSK)

1. PLACE(Nigardsbreen, Sogn og fjordane):

- *Where are you from? How far have you travelled?*
- *Why did you choose to visit Nigardsbreen (The Nigard glacier)?*
- *What is it that you want see/experience? What is it that makes this place interesting?*
- *What is the purpose of your visit to Nigardsbreen? What is it that you want to do here?*
- *How were you made aware of this place/region/How did you come to know of this place/region?*
- *Did you have any thoughts or opinions about this place in advance?*
- *What do you expect from your visit to Nigardsbreen/Nigards glacier?*
- *What do you think would be natural for this place? What do you think belongs here? What is "in place"?*
- *What do you think would be unnatural for this place? What do you think does not belong here? What would be "out of place? For example a big hotel? Trees on every mountaintop instead of snow?*

2. APPEARANCE FROM THE OUTSIDE/HOW THIS PLACE IS PORTRAYED:

- *In what way was this place portrayed when you discovered it/found out about it?*
- *In your opinion, what was the main emphasis in this portrayal? Specific natural/sosial attractions? The region in general? Specific activities? Specific experiences?*
- *Does this location appear/seem exotic to you? Does it differentiate/differ a lot from what you are used to?*

3. EXPERIENCE:

- *Are you satisfied/dissatisfied of what you have seen and experienced during your visit here?*
- *What was/is good about this experience?*
- *What was/is bad about this experience?*

4. CLIMATE:

- *What would be good weather for you? For example at home, or when you decide to go on vacation? Any weather you prefer? Why do you like this kind of weather?*
- *What would be bad weather for you? For example at home, or when you decide to go on vacation? Any weather you prefer? Any type of weather you do not like? Why do you dislike this kind of weather?*
- *What do you think of the weather where you come from/have residence?*
- *What do you think of the weather at this place?*
- *How do you expect the weather to be at this place?*
- *If changes in temperature occurred at the place you come from/have residence at, in your opinion, would this be positive or negative? Why would this be positive and negative?*
- *If changes in temperature occurred at this place, in your opinion, would this be positive or negative? Why would this be positive or negative?*
- *How important is weather conditions/climate when you choose a destination for a potential vacation?*
- *Are there some places you would prefer to visit because of its climate? Any examples of such places? Why?*
- *Are there any locations you would avoid because of its climate? Any examples of such places? Why?*

5. POLITICS/NATURE/SOCIETY:

- *Do you find that a focus on environment is important? Why do you think this is important/Not important? Have you always had this opinion? Has this view changed over time?*
- *What is your opinion of preservation of nature/protecting areas because of its nature? Why do you think so? Is it a good thing that areas can be preserved for their unique qualities and characteristics? Why do you think so? Are measures like these an obstacle for other things like tourism, industry, agriculture etc?*
- *What do you think of the exposure of climate/climatic issues gets in the media? Does it get too much or too little exposure? Are potential effects of climatic changes overdone or marginalized?*
- *Do think measures for saving climate/environment are positive or negative? For example climate quotas, higher gas prices, higher prices on airline tickets? Why is this positive or negative?*
- *Is climate something that is independent of human activity? Is human activity something that influences climatic conditions in today's world?*
- *Do you think there is presently a climatic change occurring? Why do you believe so?*
- *Is this positive or negative? Explain why....*

INTERVJUGUIDE - LOKALE AKTØRER

1. Drift

- Hvor lenge har det vært drift her (I akkurat dette foretaket)?
- Hvorfor startet du/dere opp dette foretaket?
- Hva var den tiltenkte hensikten?
- Hvor tok du/dere inspirasjon i fra?
- Har du/dere et mål? Føler du/dere at dette målet blir nådd? Hvorfor føler du/dere at det målet blir realisert? Hvorfor blir det ikke nådd, evt. Hva er hindrer deg/dere?
- Hva for en type gjester får du/dere her?
- Hva er interessene deres? F.eks friluftsliv (personer som skal besøke og benytte seg attraksjoner og aktiviteter), evt. forskere/studenter (som har interesse av isbreer).
- Hvilken del av året har du/dere mest besøkende?
- Hvorfor tror du det er mest besøkende akkurat da?
- Er det et flertall av norske eller utenlandske besøkende her?
- Vil du si at antallet besøkende øker eller minker? Hvorfor mener du det?
- Er økningen/nedgangen i besøkende positiv eller negativ?
- Har dere konkurrenter? Befinner konkurransen seg lokalt eller regionalt (konkurrerer dere med andre aktører på stedet, eller anser dere konkurrentene som lokaliteter andre steder i regionen som kan tilby et annet/lignende produkt)?

2. Fremstilling av produktet

- Hva legger du/dere vekt på i markedsføringen? Bestemte fysiske eller sosiale attraksjoner? Bestemte aktiviteter? Bestemte opplevelser?
- Er det spesielle grupper av mennesker dere retter markedsføringen mot?
- På hvilken måte vil du/dere fremstå fra utsiden?
- Hva gjør ditt/deres produkt forskjellig/unikt i forhold til andre aktører på lokaliteten/området/regionen?
- Har du/dere noen gang måtte forandre markedsføringen, eller produktet du/dere tilbyr? Ja eller nei, i såfall hvorfor?

3. Sted

- Hva tror du ville naturlig for dette stedet? Hva hører til her? Hva er "in place"?
- Hva tror du ville være unaturlig for dette stedet? Hva hører ikke til her? Hva er "out of place"? F.eks et stort hotell/flere hoteller, parkeringsplass, mer folk, eller trær på fjelltoppene i stedet for snø?

4. Opplevelse og klima

- Hva mener du/dere vil forbedre produktet ditt/deres, eller opplevelsen til de besøkende?

- Hva slags rolle spiller værforhold for ditt/deres produkt, og opplevelsen til de besøkende? Hvor stor betydning mener du/dere dette har?
- Hva er bra vær for deg som vært/produsent/selger? Er det en type vær du foretrekker? Hvorfor foretrekker du denne typen vær?
- Hva er dårlig vær for deg som vært/produsent/selger? Er det en type vær du misliker? Hvorfor misliker du denne typen vær?
- Hva synes du om været her på denne plassen/regionen? For mye regn, for kaldt, for mye sol etc?
- Hvordan forventer du/dere at været skal være her?
- Ville du synes det var positivt eller negativt med temperaturendringer på denne plassen/dette stedet? Hvorfor ville det være positivt eller negativt?

5. Politikk/Samfunn/Natur

- Synes du/dere at det er viktig med et fokus på miljø? Hvorfor mener du/dere dette? Har du alltid hatt denne meningen/oppfatningen? Har denne oppfatningen/meningen forandret seg med tiden?
- Hva er din mening om naturvern? Er det bra at en bevarer områder for sine naturlige kvaliteter/særegenhet? Hvorfor mener du dette? Er denne formen for vern et hinder for andre ting? F. eks for turisme, jordbruk, næringsutvikling?
- Hva mener du om eksponeringen som klima får i media? Får dette temaet for mye plass i media? Overdriver eller underdriver en eventuelle konsekvenser som kan være en følge av klimaendring?
- Synes du klimatiltak/miljøtiltak er positivt eller negativt? F. eks klimavoter, høyere pris på flybilletter, at en er oppmerksom på å redusere utslipp fra industri og transport etc. På hvilken måte er det positivt eller negativt?
- Er klima noe som er uavhengig av menneskelig aktivitet? Er menneskelig aktivitet noe som påvirker klimatiske forhold?
- Mener du at det pågår klimaendring i dag? Hvordan har du kommet frem til akkurat dette?
- Er i så fall klimaendring positivt eller negativt? Forklar hvorfor....

