

# Forord

I denne rapporten presenteres resultater fra NIBR's arbeid med prosjektet "Kulturarv og stedsutvikling", som har vært gjennomført i perioden 2006 – 2009. Det er et flerfaglig samarbeidsprosjekt mellom forskere fra Norsk institutt for kulturminneforskning, NIKU, Norsk institutt for by - og regionforskning, NIBR, og Institutt for landskapsplanlegging ved Universitetet for miljø -og biovitenskap, UMB. Prosjektledelsen har ligget hos NIKU. Prosjektgruppa på NIBR har bestått av forskerne cand.sociol. Guri Mette Vestby og dr.polit. Ragnhild Skogheim, med sistnevnte som NIBRs prosjektleder. Skogheim har skrevet kap. 4 (Kulturarv som instrument for næringsutvikling og økonomisk utvikling), samt halvdelen av kap.2 (2.3 Kulturarv og næringsutvikling). Vestby har skrevet kap. 3 (Byenes kulturarv, identitetsbygging og profilering), samt den andre halvdelen av kap. 2 (2.2 Kulturarv som identitetsforvaltning). Resten av rapporten har de to forskerne skrevet i fellesskap.

Målgruppene for formidlingen av prosjektets resultater er politikere og planleggere i kommunene, den offentlige kulturminneforvaltningen på ulike nivåer, samt andre fagfolk som er opptatt av å sette vern og videreutvikling av byer med basis i kulturarven inn en samfunnsmessig sammenheng. En rekke sentrale aktører fra politikk og forvaltning er intervjuet i byene Fredrikstad, Arendal, Ålesund og Narvik. Dette har gitt oss et rikt empirisk materiale for våre analyser, og fått fram ulike perspektiver på kulturarvens betydning for stedsidentitet, omdømmebygging og økonomisk utvikling. En stor takk til alle som har delt sine fagkunnskaper og synspunkter med oss.

Følgende rapporter vil foreligge fra hovedprosjektet:

- Grete Swensen: Kulturarv og stedsidentitet. Sammendrag. NIKU.
- Grete Swensen, Kari Larsen, Petter Molaug og Johanne Sognnæs: Kulturarv og stedsidentitet. Byers kulturmiljø i kryssilden mellom bevaring og utbygging. Tema 30, NIKU.
- Ragnhild Skogheim og Guri Mette Vestby: Kulturarv og stedsidentitet. Kulturarvens betydning for identitetsbygging, profilering og næringsutvikling. NIBR.
- Elin Børrud: Kulturarv og stedsidentitet. Kulturarv som operativt begrep i byutviklingen. Universitetet for miljø- og biovitenskap.

De ulike samarbeidsinstitusjonenes rapporter kan både leses uavhengig av hverandre og som elementer i en større faglig diskusjon omkring byutvikling.

Prosjektet har mottatt støtte fra Norges forskningsråd gjennom programmet ”Demokrati, styring og regionalitet” (Demosreg).

Denne rapporten presenterer resultatene fra NIBRs delprosjekt innefor forskningsprosjektet ”Kulturarv og stedsidentitet”, som har vært gjennomført i perioden 2006-2009.

Oslo, juli 2010

Olaf Foss  
Forskningsjef

# Innhold

Forord .....	1
Innhold.....	3
Figuroversikt .....	5
Sammendrag.....	6
Summary .....	11
1 Tema, problemstillinger og metode.....	17
1.1 Tema, problemfokusering og utvalg .....	17
1.2 Metoder i datainnsamlingen .....	18
2 Fra egenverdi til ressurs.....	20
2.1 Innledning.....	20
2.2 Kulturarv som identitetsforvaltning:.....	21
2.3 Kulturarv og næringsutvikling.....	26
3 Byenes kulturarv, identitetsbygging og profilering .....	34
3.1 Kulturarv som virkemiddel i byutvikling og attraktivitetsbygging.....	34
3.2 Stedsidentitet - et sammensatt fenomen.....	36
3.3 Stedsidentitet – kollektive erfaringer og selvbilder ....	38
3.4 Stedsidentitet – særpregede eller pregløse steder? .....	41
3.5 Kulturarvens instrumentelle verdi som ressurs i byutvikling.....	43
3.6 Utvikling av historiske miljøer ved elvebredder og sjøsider.....	45
3.7 Transformasjon av historiske industrimiljøer .....	55
3.8 Rituelle arrangementer og begivenheter med kulturhistorisk forankring.....	64
3.9 Lokal mentalitet: Fra fortid til framtid.....	70
3.10 Kulturarv, stedsidentitet og profilering: oppsummerende om funn og forutsetninger.....	76
4 Kulturarv som instrument for næringsutvikling og økonomisk utvikling .....	80

4.1	Innledning og problemfokusering.....	80
4.2	Hvilke kulturminner/-miljøer og aktiviteter brukes som instrument for næringsutvikling/økonomisk utvikling? .....	83
4.2.1	Innledning .....	83
4.2.2	Fredrikstad: Gamlebyen, sjøfart og industri.....	83
4.3	Arendal: Seilskuter, byspill og industri.....	85
4.4	Ålesund: Jugendstilhistorien, fiskeri og skipsfart .....	87
4.5	Narvik: Rallarhistorien og industri .....	87
4.6	Sammenfatning.....	89
4.7	Hvorfor brukes kulturarven i forbindelse med næringsutvikling/ økonomisk utvikling i norske byer?89	
4.7.1	Innledning .....	90
4.7.2	Fredrikstad .....	91
4.7.3	Arendal .....	92
4.7.4	Ålesund.....	93
4.7.5	Narvik .....	93
4.7.6	Sammenfatning.....	93
4.8	Aktører, organisering, prosess og samarbeid .....	94
4.8.1	Innledning .....	94
4.8.2	Fredrikstad .....	94
4.8.3	Arendal .....	95
4.8.4	Ålesund.....	96
4.8.5	Narvik .....	97
4.9	Partnerskap .....	98
4.10	Sammenfatning.....	101
4.11	Politiske skillelinjer.....	101
4.11.1	Variasjon mellom de enkelte byene.....	101
4.11.2	Sammenfatning.....	103
4.12	Kulturarvens potensialer for næringsutvikling – og noen utfordringer.....	104
4.12.1	Innledning .....	104
4.12.2	Narvik .....	104
4.12.3	Arendal .....	106
4.12.4	Fredrikstad .....	107
4.12.5	Ålesund.....	108
4.12.6	Tommelfingerregler for ”kulturarvindustrien” .....	108
4.13	Avslutning og konklusjoner.....	109
	Referanser.....	112

# Figuroversikt

Figur 3.1 ....Stedsidentitet.....	37
Figur 3.2 ....Trender i byutvikling .....	44

## Sammendrag

*Ragnbild Skogheim og Guri Mette Vestby*

Kulturarv og stedsidentitet. Kulturarvens betydning for identitetsbygging, profilering og næringsutvikling. NIBR-rapport NIBR rapport: 2010:14

I de senere årene har vi opplevd at ord som kulturarv og stedsidentitet er blitt stadig mer vanlig når byer profilerer seg i ulike media. Flere har fått øynene opp for at kultur kan utnyttes bevisst som drivkraft og som innfallsvinkel til byutvikling, og det slår inn som en tendens også i norsk planlegging og utvikling av byer og tettsteder. Rapportens sentrale temaer er hvordan kulturarv inngår i omdømmebygging og byers profilering, og som ressurs i forbindelse med økonomisk utvikling/næringsutvikling. Studien viser at byenes historiske identitet integreres i dagens identitetskonstruksjoner, ikke bare som et historisk bakteppe eller i fysiske bymiljøer, men like mye som lokal mentalitet og lokalt lynne. Dette brukes aktivt til å profilere så vel næringsmessige muligheter som byenes kvaliteter som bosted og besøkssted. I næringsssammenheng fremstår kulturarven til dels som en uutnyttet ressurs, selv om det ikke mangler på ideer, visjoner og ambisjoner.

Studien viser videre at kulturhistoriske elementer gir tyngde til mye av det som i dag oppfattes som en attraktiv by, gjerne i kombinasjon med det moderne og framtidsrettede. Fornyelse og forvaltning av kulturarv ivaretas ikke bare av fagfolk og politikere, men like mye av sivilsamfunnets aktører og næringslivet. Bruk av kulturarven i stedsutvikling og næringsutvikling vil trolig skyte fart i årene som kommer dersom visjoner, planer og utredninger om denne tematikken blir omsatt til handling og aktiviteter.

Hovedspørsmålet i prosjektet Kulturarv og stedsidentitet er følgende: i hvilken grad har kultur, og da mer spesifikt kulturarven, fått en sentral posisjon i byutviklingsprosesser i mellomstore

norske byer? Hva slags betydning har kulturarven for identitetsbygging, profilering og næringsutvikling i disse byene? Det finnes etter hvert et stort materiale som omtaler kulturbaserte planleggings- og byutviklingsprosesser på et generelt nivå, men tilfanget av norske studier av dette er mer begrenset. Med basis i empiriske undersøkelser i de fire mellomstore norske byene Fredrikstad, Arendal, Ålesund og Narvik har vi søkt å få svar på hva slik kulturbasert planlegging som inkluderer kulturarv (som omfatter så vel den fysiske som den immaterielle kulturarven), innebærer konkret for disse byenes identitetsbygging, omdømmebygging, profilering og næringsutvikling. Byene er valgt ut fra at de alle, på ulikt vis, bruker kulturarv og kulturhistoriske elementer som instrument i byutviklingen, der også kultur- og opplevelsesindustrien generelt betraktes som midler til å motvirke stagnasjon og utflytting og gjøre stedene attraktive for nye beboere, næringsliv og besøkende. Det gjelder også for de fire undersøkte byene.

Den økende instrumentaliseringen av kulturarven kommer klart til uttrykk i nasjonale policydokumenter, slik vi tolker en rekke offentlige utredninger og stortingsmeldinger fra de siste tretti årene, som vi har gjennomgått i tilknytning til dette prosjektet. På begynnelsen av 1980-tallet var det vern og bevaring i kraft av kulturarvens egenverdi som var det sentrale. I den grad kulturarv ble sett på som middel, var det som et botemiddel mot det man oppfattet som trusler og negative påvirkninger knyttet til internasjonalisering og andre samfunnsendringer.

Fra 2000-tallet skjedde det et "paradigmeskifte" i statlig tilnærming til kulturarven ved at den i økende grad ble betraktet som virkemiddel for næringsutvikling, sysselsetting, reiseliv, opplevelsesindustrien og en rekke andre formål. Det vises i flere meldinger til eksempler på at kulturhistorisk verdifulle miljøer genererer inntekter til handel og tjenesteyting. Etableringen av Verdiskapsprogrammet, i regi av Riksantikvaren, bidro ytterligere til å betone at kulturminner og kulturmiljøer skulle tas i bruk i by- og stedsutviklingen. Dette programmet vektlegger blant annet at verdiskapingseffekter av kulturminner/-miljøer skal måles gjennom et utvalg pilotprosjekter. Disse prosjektene skal inngå i lokal eller regional strategi for verdiskaping og innovasjon. Noe som kan betegnes som en "vending" i synet på kulturarven er at kulturminner og kulturmiljøer i økende grad betraktes som

ressurser og ikke som utgiftsposter. Når kulturarven i økende grad betraktes som instrument og ressurs for andre formål, kan det bryte med forestillinger om kulturens autonomi, der kulturens suksesskriterier er knyttet til dens egne, interne kvalitetskriterier. Et spørsmål som kan reises er om kulturarvens berettigelse i stor grad hviler på at den er økonomisk lønnsom.

Som det foregående indikerer, argumenteres det i dag - innenfor flere ulike sektorer og politikkområder - for at kulturarv og -kulturmiljøer er en ressurs i alt fra lokalsamfunnsutvikling og identitetsbygging, til næringsutvikling, distriktsutvikling og profilering av steder.

Den diskursive endringen er tydelig, og vitner samtidig om at kulturarv både gir noe verdifullt til stedsutvikling og henter noe av sin "nye" verdi fra stedsutvikling. Vi viser gjennom empiriske eksempler hvordan kulturarvens egenverdi forvandles gjennom å tas i bruk for andre formål. Dette kommer blant annet til uttrykk ved at bynære arealer som har huset hjørnesteinsbedrifter og annen industrikultur gradvis omskapes til moderne arenaer for næring, bolig, utdanning, kultur, handel, kafeer og ulike typer opplevelser. Det er spesielt byene Fredrikstad og Narvik som har større, sjønære områder som gir mulighet for etablering av nye aktiviteter og nye offentlige byrom som kan komme både lokalbefolkningen og tilreisende til gode. I Fredrikstad er man kommet et stykke på vei med denne utviklingen, mens det i Narvik er mer uavklart hva som kommer av aktiviteter. Byer med ambisjoner om å bruke kultur, inklusive kulturhistorien, i byutviklingen, står imidlertid overfor flere utfordringer: For det første kan det vise seg vanskelig å få gjenklang for argumenter om å ta vare på industribygninger som ikke er fredet og der forfallet har gått sin gang. Uten en bred oppslutning hos politikere, private aktører og sivilsamfunnet, kan kulturambisjonene lett bli luftslott. Konteksten er dessuten ulik mellom byene, men en forutsetning for å bruke kulturarven (som eldre industribygninger/anlegg) er at det er en felles oppfatning blant sentrale aktører om utviklingsretning, hva man ønsker å oppnå og hvordan man skal få til bred mobilisering fra sivilsamfunnet.

Det er dessuten spesielle utfordringer forbundet med transformasjon av store industriarealer, som Værste i Fredrikstad og Trekanten i Narvik, der henholdsvis Fredrikstad Mekaniske



Verksted og LKAB har holdt til. Det stiller særlige krav til langsiktig og helhetlig planlegging og politisk styring. Siden byene er relativt små, er det en fare for at nye byområder kan komme til å tappe eksisterende sentrumsområder for handel og andre funksjoner, og det er også et spørsmål om det er mulig å fylle opp områdene i overskuelig framtid. Kvalitetskrav til innhold kan da komme til å vike fordi enhver næringsvirksomhet ses som et gode.

Når kulturarv betraktes som en ressurs i byutviklingen synes det i særlig grad å være fordi det etableres unike koblinger mellom det historiske og det moderne, det forgangne og det fremtidsrettede. Gjennom dette fremstår byenes identitet med både ”røtter og vinger”. Historiske elvebredder og sjøsider blir attraktive byrom når de fungerer som sosiale møtesteder med lokalkulturelle identitetssymboler. Et eksempel er Pollen i Arendal som sosialt møtested, som blant annet symboliserer så vel skutetiden og åpenhet mot verden som sommerby med båt- og sjøliv. Et annet eksempel er Brygga i Fredrikstad som er blitt den nye pulserende elvepromenaden; et byrom med historiefortellende elementer som minner om Glomma som vannvei for båtkultur før og nå, samt tidligere industrivirksomhet langs ”ælva” i byen. Slike og lignede historiske miljøer og elementer bidrar til å skape stolthet, trivsel og tilhørighet, noe som framstår som en ressurs fordi lokale aktører da blir gode ”ambassadører”.

Stedstilhørighet artikuleres som emosjonelle bånd til stedets historie og fortid, men synes å være undervurdert i profileringsøyemed. Vi gir eksempler på hvordan kulturarv- og miljøer på ulike måter inngår i konkrete profileringer av disse byene; vi finner alt fra tradisjonell historiefortelling og instrumentell bruk av fortida for å verifisere lokal mentalitet og lokalt lynne, til beskrivelser av sjarmerende bymiljøer der historien og historiene ”sitter i veggene”.

Mange av byenes rituelle arrangementer og sosiale begivenheter, enten det er festivaler eller fotballfester, har en historisk forankring som synes å ha betydning for tilhørighet og stolthet. Som opplevelses- og attraktivitetsdimensjon med historisk tilbakeblikk er det nok særlig lokalt og regionalt slike ting har betydning.

En annen type immateriell kulturarv som viser seg å være viktig for byenes identitet, er knyttet til byenes næringslivshistorie. Enten det er industrikultur, fiskerikultur eller seilskutekultur så fungerer

fortellinger og representasjoner som basis for fremtidsrettet næringsutvikling med en kombinasjon av tradisjoner, kompetanser, lokale mentaliteter og praksisformer. Vi gir eksempler på at dette inngår i de lokale selvbildene og selvforståelsene og at dette har betydning for by- og næringsutvikling som to sider av samme sak. Gründermentalitet, driftighet, internasjonal orientering og optimisme kobles mot historiske og nåtidige kompetanser, for eksempel innen havbruk og marine næringer.

Gjennomgående representerer kulturarven i disse byene i større grad potensialer og utnyttede ressurser, enn noe det i særlig omfang satses på i næringsssammenheng. Det mangler imidlertid ikke på ideer, visjoner og ambisjoner, som for eksempel er nedfelt i kommunale og regionale planer, i utredninger fra forsknings- og konsulentmiljøer og i presentasjonene til utbyggere og hel- eller deleide kommunale selskaper. Uansett ambisjoner, er det viktig å ta utgangspunkt i lokale forutsetninger, og gjøre grundige analyser av muligheter og begrensninger i de respektive byene. Videre er det viktig å gjøre noen valg og prioriteringer. Dersom en ønsker å satse på kulturnæringer/kreative næringer i tidligere industriområder, som eksempelvis i Fredrikstad og Narvik, må man samtidig velge bort noe (som større kjøpesentre, parkeringsplasser etc.).

Spleiselag eller partnerskap mellom private aktører, hel- eller deleide kommunale selskaper og kommunen er blitt stadig mer vanlig for å realisere større byutviklingsprosjekter, som for eksempel Værste i Fredrikstad og Trekanten i Narvik. Det knytter seg imidlertid noen utfordringer til partnerskapsformer og ”outsourcing” av byutviklingsprosjekter til private aktører. Det kan for eksempel innebære at noen aktører har bedre muligheter til å fremme sine interesser enn andre (gjennom deltakelse i ulike former for partnerskap og nettverk) og at kortsiktige og partikulære interesser kan vinne fram i forhold til langsiktige og overordnede hensyn. Det betyr at kommunen må ha en sentral rolle når det gjelder ivaretagelse av allmennhetens interesser/samfunnsinteresser, og tilrettelegge for medvirkning også fra dem som ikke inngår i partnerskapene. Det å inkludere og mobilisere næringsliv, frivillige organisasjoner og befolkningen mer allment, samt forankre det politisk og administrativt på tvers av ulike sektorer, er et godt utgangspunkt for å lykkes.

---

# Summary

*Ragnbild Skogheim and Guri Mette Vestby*

## **Cultural heritage and place identity**

The importance of cultural heritage to identity and brand building and economic growth.

NIBR Report 2010:14

In recent years, we have observed words like cultural heritage and place identity appear with increasing frequency when towns present themselves in different media. That culture can be consciously deployed as a driving force and approach in urban development is appreciated by increasing numbers. In Norwegian planning and urban development circles this realisation is creating something of a trend. The report's central themes concern the role played by cultural heritage in towns' and cities' reputation and brand building and as a resource for economic and industrial development. The study shows that the towns' historic identities are integrated into contemporary identity constructions, not simply as a historic backdrop or in physical urban environments, but just as much in the form of local mentalities and local temperaments. This is used actively as much to highlight the town's economic potential as its qualities as a place to live in and visit. In an economic sense, cultural heritage is still to a certain extent an unexploited resource, although there is no shortage of ideas, visions and ambitions.

The study also discovered how elements of the cultural heritage add substance to much of what is currently perceived as the attractive town, usually in a combination with the modern and forward looking. Renovation and management of cultural heritage are not only the preserve of experts and politicians, but just as much of civil society actors and business community. This use of cultural heritage in place development and economic growth will

probably accelerate in the near future if the visions, plans and reports on this thematic area are translated into action.

The project Cultural Heritage and Place Identity explored whether culture, and more specifically, cultural heritage, occupies a key position in urban development processes in medium-sized Norwegian towns, and the importance of cultural heritage to identity and brand building and economic growth in these places. A significant repository of knowledge has gradually been put together on culture-based planning and urban development processes at the general level, but the number of Norwegian studies in this issue area is more limited. On the basis of four empirical studies in four medium-sized Norwegian towns, Fredrikstad, Arendal, Ålesund and Narvik, we have attempted to establish how culture-based planning, which includes cultural heritage (embracing the tangible as much as the intangible cultural heritage) implies for these towns' identity, reputation and brand building and economic growth. The towns were chosen because they all, in various ways, put cultural heritage and cultural history to use as instruments in urban development, where "culture" and the "experience industry" generally are conceived as means of counteracting stagnation and out-migration and making the places more attractive to new inhabitants, businesses and visitors. This applies to the four surveyed towns.

The increasing instrumentalisation of cultural heritage is particularly evident in national policy documents as we interpret the numerous public inquiries and parliamentary reports from the last thirty years examined in connection with this project. In the early 1980s, the key issues were conservation and protection, which were rooted in the intrinsic value of the cultural heritage. Insofar as the cultural heritage was perceived as a means to an end, it was as a remedy for what were perceived as threats from and negative consequences of internationalisation and other factors of social change.

By the turn of the century, a paradigm shift was evident in the government's approach to cultural heritage: it was increasingly perceived as an instrument of economic growth, job creation, tourism, "experience industry" and several other pursuits. Reference is made in several reports, for instance, to the usefulness of valuable cultural heritage sites for generating revenue for

businesses and services. The establishment of the Value Creation Programme (Verdiskapsprogrammet), under the auspices of the Directorate for Cultural Heritage, gave towns and cities a further incentive to involve cultural monuments and cultural environments in their urban and place development efforts. According to the Value Creation Programme, pilot schemes should be set up to estimate the value-creating capacity of cultural monuments and environments. These projects should be included in local or regional strategies to stimulate value creation and innovation. As the cultural heritage is increasingly seen as an instrument and resource to other ends, rather than as a spending item on the budget, it will affect the idea of culture's autonomy, which links culture's success criteria to its own intrinsic quality criteria. It is therefore reasonable to ask whether the justification of cultural heritage relies in significant part on its ability to make money.

As the above indicates, arguments are being put forward in several sectors and policy areas to view cultural heritage and environments as a resource for practically everything from local community development and identity building to economic growth, rural development and placebranding.

This is a clearly observable discursive swing, and attests at the same time to the ability of the cultural heritage to give something of significance to place development while drawing some of its "new" significance from place development. We show by empirical examples how the intrinsic value of the cultural heritage undergoes transformation when it is used for other purposes. It is evident, for example, when sites which used to house key industries and industrial culture are gradually transformed into modern sites with businesses, homes, schools, culture, trade, cafés and different attractions. Progress down this route in Fredrikstad is on its way, while Narvik remains rather undecided about which facilities to install. Towns eager to use culture, including cultural history, in urban development face, however, several challenges. First, it can be difficult to convince people of the need to preserve unlisted, decaying industrial buildings. Without the support of politicians, private stakeholders and civil society, ambitions on behalf of culture can easily turn into castles in the sky. While contexts vary from town to town, one precondition for using cultural heritage (such as older industrial sites and factories) is a shared conception

among key stakeholders of the development process, the objectives and means of rallying civil society behind the process.

There are certain more specific challenges to transforming large industrial sites, such as "Værste" in Fredrikstad (the site of Fredrikstad Mekaniske Verksted) and Trekanten in Narvik (where LKAB used to be). Careful long-term, comprehensive planning and political control are crucial. Since the towns are relatively small, there is a risk that new areas could siphon off businesses and other functions from the old centre. And it is also an open question whether it is possible to fill the sites in a reasonable time frame. Requirements on standards of new facilities could be nudged to one side because any business would be seen as advantageous.

When cultural heritage is conceived as a resource for use in urban development, it is particularly because links have been forged between the historic and the modern, past and future. In this way, the town's identity seems to acquire "roots and wings". Historical river banks and sea fronts can become attractive urban spaces when they act as social meeting points with identity symbols derived from the local culture. One example is Pollen in Arendal, a social hub which symbolises, among other things, the age of sail and openness towards the world, as a summer town with boats and life on the water. Another example is Brygga in Fredrikstad, the new, pulsating river bank promenade, an urban space with historic elements invoking the river Glomma as a waterway of boating culture past and present and the once active factories situated on the old "beck". These and other historical sites and elements generate civic pride, a sense of appreciation and belonging, and are considered a resource because local actors become good "ambassadors".

The sense of belonging is articulated as emotional ties to the history and past of the place, but appears to be undervalued for brand creating purposes. We provide examples of how cultural heritage and cultural sites are worked into concrete schemes to raise the profile of these towns; we find everything from traditional storytelling and mental use of the past to verify local mentality and local temperament, to accounts of charming urban milieux where narratives and history are part of the fabric of the place.

---

Many of the towns' ritual arrangements and social events, whether they are festivals or football matches, have historic roots of some apparent importance to the sense of belonging and civic pride. As with the enjoyment and attractiveness dimension where echoes of history mingle with optimism for the future, it is particularly at the local and regional levels these things are important.

Another type of intangible cultural heritage of demonstrable importance to the towns' identity is their commercial history. Either as industrial culture, fisheries culture or sail ship culture, commercial history acts as a staging ground for forward-thinking business development with a combination of tradition, competence, local mentalities and practices. We provide examples of how they interweave with local self-perceptions and self-understandings, and their impact on urban and business development as two sides of the same coin. The entrepreneurial and industrial spirit, hard work, international orientation and optimism are interlinked with historical and current knowledge, such as aquaculture and maritime industries.

Throughout, the cultural heritage of these towns lies more in the potentials and unexploited resources than any serious business involvement. There is no shortage of ideas, visions and ambitions, such as those enshrined in municipal and regional plans, for instance, or reports from researchers and consultants, or presentations to developers and wholly or partly owned municipal enterprises. Whatever the ambition, it is important to examine local capacities, make detailed analyses of possibilities and obstacles in the respective towns. It is also vital to choose one's options and set priorities. If a commitment to developing cultural and creative businesses is preferred, as it is in Fredrikstad and Narvik, for example, other options will have to be put aside (like large-scale shopping malls, parking spaces etc.).

Funding partnerships or partnerships of private actors, wholly or partly owned municipal enterprises and the municipality are formed at an increasing rate to facilitate large-scale urban development projects, such as "Værste" in Fredrikstad and Trekanten in Narvik. The partnership method and outsourcing of urban development projects to private actors come with significant challenges, however, Some actors may find conditions better suited to their interests than others (by participating in various forms of

partnership and networks) and short-term, narrow interests may trump long-term, overarching considerations. The municipality must therefore play a central role in safeguarding the public interest and interest of society, and take steps to encourage participation of those who stand outside the various partnerships. By involving and galvanising the business community, voluntary organisations and the public more generally, while ensuring a firm foundation politically and administratively across the different sectors, a good starting point for success should be in place.



---

# 1 Tema, problemstillinger og metode

## 1.1 Tema, problemfokusering og utvalg

Hovedspørsmålet i prosjektet Kulturarv og stedsidentitet er følgende: I hvilken grad har kultur, og da mer spesifikt kulturarven, fått en sentral posisjon i byutviklingsprosesser som foregår i mellomstore norske byer? Hva slags betydning har kulturarven for identitetsbygging, profilering og næringsutvikling i case- byene? Det finnes etter hvert et stort materiale som dokumenterer kulturbaserte planleggings- og byutviklingsprosesser fra internasjonale studier. Tilfanget av norske forskningsbaserte studier er mer begrenset. Gjennom empiriske studier i de fire mellomstore norske byene Fredrikstad, Arendal, Ålesund og Narvik har vi hatt som mål å få svar på hva slik kulturbasert planlegging innebærer konkret for disse byenes omdømmebygging, profilering og næringsutvikling. Byene er valgt ut fra at de alle har kulturarv som *kan* brukes som instrument og ressurs i byutviklingen. Et sentralt spørsmål er i hvilken grad og hvordan dette gjøres, samt organiseringen av arbeidet, prosesser og hvem som er sentrale pådrivere. Selv om mange aktører, med ulike ståsteder og interesser, er involvert i byutviklingsprosesser, har fortsatt politikere og kommunens administrasjon en overordnet rolle i å legge premisser for byutviklingsstrategier. Derfor er informanter fra politikk og forvaltning intervjuet i de fire byene.

To av byene, Fredrikstad og Narvik, har større industriområder som skal frigis til ulike formål, og der rester av industrihistorien inngår som element i omdømmebygging, profilering og næringsutvikling. I de to andre byene, Arendal og Ålesund, er det i

større grad byenes kulturhistorie, både bygningshistorien og den immaterielle historien, som brukes til slike formål.

## 1.2 Metoder i datainnsamlingen

### **Intervjuer**

Vi har benyttet en kvalitativ metode, informantintervjuer, til å belyse spørsmålene om hvordan kulturarven brukes som instrument i byutvikling, identitets- og omdømmebygging, profilering og næringsutvikling i de fire byene. Sentrale aktører fra politikk og kommuneadministrasjon er intervjuet. (17 politikere og 14 fra administrasjonen). Det er gjennomført om lag samme antall intervjuer i de fire byene, og det er intervjuet politikere fra ulike partier i alle byene. De administrativt ansatte er knyttet til sektorer som er sentrale i arbeidet med byutvikling. Ett av intervjuene har foregått per telefon og to har av praktiske grunner (for intervjupersonene) foregått i Oslo. De øvrige intervjuene ble gjennomført i byene, og ble dermed kombinert med befaringer. Noe kan man lese seg til om byene, men det å se caseområdene med egne øyne gir en dypere innsikt enn om man utelukkende har skriftlig materiale og informantenes vurderinger å basere seg på.

### **Annet datamateriale**

Selv om vi ikke har gjort systematisk dokumentanalyse, har en rekke dokumenter og andre skriftlige kilder vært viktige i ulike faser av prosjektarbeidet. Dokumentmaterialet har vært kommuneplaner, kommunedelplaner, kulturminneplaner og andre politiske strategidokumenter. I tillegg har vi gjennomgått forsknings- og utredningsrapporter og annen litteratur om de enkelte byer spesielt og om feltet kulturarv, stedsidentitet, profilering, omdømme og næringsutvikling generelt. Kommuneplaner og kommunedelplaner er viktig bakgrunnsinformasjon som viser hva som er sentrale temaer og satsingsområder i kommunene. Også offentlig statistikk, lokale og regionale medier, næringslivs- og reiselivsinformasjon, turistbrosjyrer og annet profileringsmateriale har vært relevante datakilder i prosjektet. Til sammen gir dette materialet innsikt i hvordan kommunale og private aktører tenker rundt kulturarven som instrument i byutvikling og næringsutvikling, og i profilerings- og omdømmesammenheng.

## Metoderefleksjoner

Valget av det kvalitative intervjuet som metode ble gjort fordi det var best egnet til å besvare de spørsmålene det var ønskelig å få belyst. Gjennom å anvende semistrukturerte intervjumetoder fikk vi mulighet til å følge opp og utdype temaer og spørsmål som dukket opp underveis i samtalen. Dermed kunne vi få frem flere aspekter ved det aktuelle temaet enn vi hadde forestilt oss på forhånd, samt: ”*få fat i de betydninger, som personer, ting og sager har for intervjupersonen*” (Fog 1998). Måten en mening uttrykkes på forteller mye som det ikke er mulig å avdekke ved rene kvantitative undersøkelser. I fortolkning av intervjumaterialet har vi fulgt en metodikk for å identifisere det typiske; forstått som holdninger som går igjen og/eller som den typiske måten å forholde seg til et fenomen på (Repstad 1993, Widerberg 2001). Vår utvelgelse av sitater følger slike ledetråder.

Spørsmål om dataenes validitet (gyldighet, relevans) og reliabilitet (nøyaktighet, pålitelighet) er et gjennomgående spørsmål i alle typer undersøkelser, uansett metodisk opplegg. Kvalitative studier har, tilsvarende det som gjelder for kvantitative undersøkelser, krav til systematikk, argumentasjon, etterprøvnbarhet og troverdighet (Fog 1998:135). Men statistisk representativitet som mål på om studien er valid (gyldig) eller ikke er lite relevant innenfor kvalitative studier. Validitet forstås vanligvis som at det er samsvar mellom data og problemstilling(er), altså at dataene er relevante i forhold til det man ønsker å undersøke. Kravet om gyldighet dreier seg for det første om at forskeren i arbeidet med sitt empiriske materiale skal sikre sammenhenger og konsistens i den utførte analysen. For det andre skal en vurdere plausibiliteten i tolkninger og sikre at analysen samsvarer med andre analyser eller andre forskningsresultater (jf. Kvale 1989, Hellevik 1995, Ragin 1994). Reliabilitet dreier seg om at datamaterialet man baserer seg på gjengis slik at det er dekkende for det informantene har sagt og ment, og at det kommer til uttrykk når dataene presenteres. Det betyr ikke at alt informantene har sagt skal frem, men at meningsinnholdet i det de har sagt blir korrekt gjengitt. Sitatene baseres på intervjunotater.

Spørsmål som kan stilles ved kvalitative studier er om man har fått tilgang til så mange relevante informanter som mulig. Så også i denne studien. Det vil gjerne være enda flere man skulle fått i tale, men vi kan ikke se at utvalget av informanter rokker ved denne studiens gyldighet.

## 2 Fra egenverdi til ressurs

### 2.1 Innledning

Kulturarven kan forstås som et mål i seg selv og som virkemiddel for andre formål. Kulturarv er kilde både til opplevelse og kunnskap og til identitet, tilhørighet og stolthet, noe som kan oppfattes som ikke-målbare størrelser i økonomisk forstand. Som virkemiddel eller instrument kan kulturarven for eksempel brukes som et middel i stedsutviklingsprosesser og som virkemiddel for næringsutvikling og økonomisk vekst i konkurransen med andre byer og regioner. Videre kan formålet være å utvikle og markere byers særpreg og lokale identitet. Dette er ikke gjensidig utelukkende formål.

Når kom kulturarv som ressurs og instrument for andre formål inn som tema i offentlige policydokumenter, hva slags kulturarv dreier det seg om, og hva er formålene? Hvordan er formålene konkretisert, og hvilke formuleringer og begreper er det som anvendes når kulturarv kobles til nærings- og stedsutvikling? Vi belyser hva som preget tenkningen på kulturfeltet, inkludert kulturarven, fra begynnelsen av 1980-tallet og fremover. Dessuten ser vi på hvilke samfunnsmessige forhold og kontekster – så vel nasjonale som internasjonale – som bidrar til å forklare endringene fra kulturarv med vekt på dens egenverdi til en vektlegging av kulturarv som ressurs og instrument for andre formål.

## 2.2 Kulturarv som identitetsforvaltning:

### Endring i diskurser på kulturarvfeltet

De tre siste tiårene har det skjedd en tydelig diskursiv endring på kulturarvfeltet. Mens den dominerende diskursen ved inngangen til 1980-tallet la stor vekt på kulturarvens egenverdi, samt dens verdi som beskyttelse mot negative påvirkninger, er det i dag det vi kan betegne som en mulighetsdiskurs som synes å ha størst gyldighet. Mulighetsdiskursen åpner for så vel mangfold som muligheter ved at kulturarven ses som ressurs i fremtidig stedsutvikling.

Diskurs kan betraktes som en bestemt måte å snakke om og forstå et fenomen på (her kulturarvens betydning) eller en helhet av utsagn om et bestemt område i en bestemt periode (her offentlige policydokumenter de siste 30 årene) (Jørgensen og Philips 1999). For å identifisere ulike diskurser eller diskursordener, vil analyser av språkbruken og kontekstuelle begreper være formålstjenlig. Diskurser har ofte en argumenterende form, noe som blir særlig tydelig når vi studerer offentlige dokumenter, som stortingsmeldinger og offentlige utredninger. I følge Habermas baserer de legitime diskursformer seg ikke bare på formålsrasjonalitet, men også på normativ og ekspressiv rasjonalitet (Nygård 1995). Til ulike tider argumenteres kulturarvens betydning frem på ulike måter avhengig av samfunnsmessige kontekster. En definisjon av diskurs som en bestemt måte å snakke om og forstå verden (eller et utsnitt av verden) på kan anvendes på kulturarvfeltet. I tråd med Foucaults diskursteorier (Foucault 1969) er det interessant å avdekke hvilke utsagn eller utlegninger om kulturarvens betydning som blir autoritative og gyldige i en bestemt historisk periode. Slik kan vi få et bilde av hva som blir gyldige betraktninger og hvordan gyldige begrunnelser formes.

### Egenverdi og beskyttelsesverdi

På begynnelsen av 1980-tallet fremstilles norsk kultur og kulturarv som verdifull og ”støttebrettighet” ut fra en forestilling om at den er truet fra to parallelle strømninger, nemlig den raske samfunnsomformingen og internasjonal påvirkning. (St. meld. Nr. 23 (1981-82) Kulturpolitikk for 1980-åra). I denne politiske utredningen argumenteres det med så vel *egenverdien* som den nytte norsk kulturarv har som *motvekt* mot det nye

og ukjente, enten det ukjente er nye trekk ved samfunnet eller det ukjente er det ikke-norske. En form for trusseldiskurs kan leses ut av hva slags kontekst som presenteres for vern, bevaring og levandegjøring av kulturarven. Datidens formål dreide seg primært om kulturarvens egenverdi og dens betydning for identitet. Både individuell identitet og stedets identitet ligger til grunn for forståelsen av kulturarvens betydning i denne meldingen. Mens individet trenger eller tar i bruk røtter og kulturarv i sin identitetsforvaltning, formes stedets identitet blant annet av den lokale historien som kommer til uttrykk i så vel den fysiske og materielle som i den immaterielle historien. Hvordan identitetsforvaltningen skjer, og i hvilken grad og på hva slags måter kulturarv i vid forstand inngår i dette, vil selvsagt variere fra individ til individ og fra sted til sted. Identitet som fenomen rekonstrueres kontinuerlig, og hvordan nye påvirkninger eller impulser tas imot får betydning. Stedets identitet rommer en lang rekke elementer eller dimensjoner, inkludert de som forstås som det naturlige og det opprinnelige, og der dette som en kulturell arv er truet. Planleggingen skulle bidra til vern og bevaring, ikke bare av kulturarven, men av særpregede lokalsamfunn:

Det er eit mål å ta vare på og stimulere mangfaldet i våre bygde- og bysamfunn. Derfor er det viktig å utvikle ei planlegging som tek omsyn til lokal tradisjon og kulturhistoriske verdiar

Begrunnelser for vern og bevaring ligger særlig i den stadig raskere samfunnsomforminga som gir økt behov for å *”føre linjene fra fortida vidare inn i framtida”* og verne om verdier. Å verne om verdier syntes også å vere å verne om det norske som en buffer mot det internasjonale trykket:

Men det er ikkje nok berre å ta vare på og verne om norsk kulturarv. Enda viktigare er det å levandegjere denne kulturarven for flest mogeleg og gi norske kulturtradisjonar grunnlag for vidare vekst og utvikling

i eit samfunn som elles er prega av internasjonalisering og uniformering.

Internasjonalisering slås i hardtkorn med uniformering og gis således en negativ undertone. Truslene mot det lokale særpreget og den lokale identitet er her skrevet inn mellom linjene. Men denne trusselen rammer også det enkelte menneskes identitetsforvaltning, og derfor blir det viktigere å ”*gi samanheng og stabilitet, for å gi identitet*”. Bevaringstanken, slik vi tolker det, favner altså også individets identitet.

På samme måte som det generelle kulturbegrepet var blitt utvidet i 70-åra (til å romme ulike former for kulturelle egenaktivitet og idrett), spør en seg nå på begynnelsen av 1980-tallet hva kulturminnevernet som begrep skal romme. En tar utgangspunkt i at begrepet ofte oppfattes som et spørsmål om bevaring, gjerne av materielle kulturytringer som bygninger og gjenstander. Det tas til orde for en videre betydning:

I vidaste forstand er kulturvern vernet om munnlege, litterære og materielle overlevningar om levesett, kultur og historie fram til vår eiga tid.

Utvidelsen favner så vel individet som stedet; det er individet som står for overlevningene, som er kulturarvens bærere, men også stedet formes eller preges av de særegne kulturminnene som arven rommer.

Ved å analysere konteksten for kulturarvpolitikken, slik den også kommer til uttrykk i tilleggsmeldinga som kom med Harlem-Brundtland regjering (St. meld. Nr. 27 (1983-84) Nye oppgåver i kulturpolitikken) framstår et meningsinnhold som kan defineres som en tydelig ressurs, om enn annerledes enn den vi skal se vokser fram senere. Ressursen kulturarven representerer på dette tidspunktet, framholdes her å være en *motvekt* mot en rask og uheldig samfunnsutvikling. Kulturarven skal brukes til å forhindre noe, mer enn å fremme noe. Slik sett kan den sies å være instrumentell, men der det som skal oppnås er å bevare i vid forstand vår felles kulturarv. Dette kan den ”brukes” til, nemlig å utløse motkrefter mot de uheldige og truende utviklingstendensene som i meldingen beskrives med slike stikkord: arbeidsledighet, mobilitet, kommersialisering, kulturrevolusjon, teknologi, mer fritid, større pluralisme. Med vår tids øyne er den negative

diskursen påfallende, for eksempel blir presumptivt positive trekk ved samfunnsutviklingen; som teknologi, mer fritid og større pluralisme, framstilt som fenomener som kan forringe våre liv dersom vi ikke er på vakt og setter inn motstøt, det kan ende med det som beskrives som ”----*utrygghet, rotløse og verdifattigdom*”. Her ser vi for øvrig at det ikke bare er kulturarvens objekter eller stedets særpreg i lys av kulturhistoriske verdier som er truet. Det enkelte individs identitet blir også trukket inn.

### **Mot ressurstankegang og instrumentalisering**

Om lag ti år senere ser vi en tydelig vridning, en overgang mellom ”de gamle” og ”de nye” diskurser, både når det gjelder glidningen over mot større instrumentalisme for kulturarven og når det gjelder den samfunnsmessige kontekst som begrunnelse til forvaltningen av kulturarven (St. meld. Nr. 61 (1991-92) Kultur i tiden). Samfunnsmessige endringer betraktes nå med en blanding av trussel og mulighet. Hvilke implikasjoner kan endringene ha for kulturarven? Mangfoldet denne arven utsettes for, særlig det internasjonale mediemangfoldet ”*kan komme til å fortrenge viktige deler av den kulturen som skal være vår fellesarv og gi oss vår identitet*”. Samtidig er det nå en tydeligere dreining mot det internasjonale samspillet. Internasjonaliseringen er ikke lenger/bare noe vi må beskytte oss mot fordi det truer vår (norske) egenart:

En kulturpolitikk for nittiårene må ta hensyn til samspillet mellom det nasjonale og det internasjonale. Den må bygge på våre kulturelle røtter og vår tradisjon, slik dette kommer til uttrykk i det norske samfunn.

Samspill forutsetter gjensidighet, dvs. at ”det norske” kan berike ”det internasjonale” og omvendt.

Forståelsen av individet, eller ”den norske befolkningen” (menneskene), framstilles ikke i samme grad som før som *ofre* for utviklingen og for påvirkningene utenfra. Nå snakkes det tvert imot om ”*kulturell kapital*” som en menneskelig ressurs. Det framholdes at komplekse samfunnsomstillinger fordrer kritiske vurderinger og valg, selvstendighet og kreativitet. Et individ eller en befolkning som tilskrives denne type ressurser, eller som kan utløse denne type ressurser, ser ikke (lenger) på seg selv som ofre. Riktignok kan de utsettes for trusler, men vil da ha ressurser å



møte dem aktivt med ved å samspille med de internasjonale påvirkningene.

Ti år senere meisles det ut en kulturpolitikk i en tid som er preget av ”den aukande graden av globalisering og individualisering” både på godt og vondt; som trussel og mulighet (St.meld. nr. 48 (2003-2003) Kulturpolitikk fram mot 2014). Men i motsetning til tidligere, er nå trussel-diskursen kraftig tonet ned til fordel for mulighets-diskursen.

Globalisering og internasjonalisering har gjeve nytt handlingsrom for internasjonal kulturutveksling og skapt nye rammevilkår for utanrikskulturell innsats. Med utgangspunkt i kulturens eigenverdi handlar det fyrst og fremst om å leggja til rette for gjensidig kulturutveksling for å fremja kulturell og kunstnarleg utvikling.

Her er det muligheter, gjensidighet og felles utbytte som er sentralt, og det å danne motkrefter og beskytte seg mot utenverden er ikke lenger agendaen:

I dette perspektivet er det vel så viktig å styrkja importen av internasjonale kunst- og kulturuttrykk – særleg dei ”smale” – som å fremja eksport av norske produkt.

I stedet for å verne, lukke og demme opp for påvirkninger utenfra, legges det nå opp til å åpne for internasjonale impulser; å ”styrkja importen”. Overgangen fra å betrakte internasjonal innflytelse som påvirkning til å betrakte det som impulser, er tydelig og vitner om en dreining fra et (noe) negativt ladet til et (mer) positivt ladet meningsinnhold. Samtidig synes selvforståelsen å ha endret seg til å ha tro på verdien av at også det norske kan gi verdifulle impulser til andre. ”På det utanrikskulturelle feltet er det eit mål å styrkja Norge som ein reell aktør på ein veksande internasjonal arena”. Fra å framstille det som at vi må beskytte oss, er det nå bidragsevne og samhandlingsevne som løftes opp ved at vi kan medvirke til det felles prosjektet:

...til kulturell pluralisme og språkleg mangfald globalt....Det er og eit mål å leggja til rette for aktiv

kulturutveksling med land på andre kontinent, slik at vi kan motta eit større spekter av kulturimpulsar.

Denne dreiningen er også viktig for å forstå hvorfor og hvordan kulturarven etter hvert betraktes som en ressurs i en mer sammensatt samfunnsplanlegging og politikkutforming. Dette er en internasjonal trend, og siden vi åpner mer for internasjonale trender på en rekke samfunnsområder, så er det naturleg at vi følger slike trender også på kulturarvfeltet. Å være mottakelig for slike internasjonale impulser inngår dessuten i den økte globaliseringen, som sies også å få konsekvenser for stedsutvikling og lokal egenart:

Globaliseringa har ført til ny interesse for det lokale og stadbundne. I tråd med ein internasjonal tendens har dette medverka til å vitalisera kulturlivet i regionane.

Meldinga tydeliggjør imidlertid at dette ikke er entydig positivt eller negativt, men at det er uenighet om hvilke virkningar globaliseringen har. Selv om trusseldiskursen er sterkt nedtonet, består den likevel parallelt med mulighetsdiskursen:

I et kulturpolitisk perspektiv inneber det at ein heile tida må balansera mellom å henta inn vinstane av globaliseringa og å setja inn motstrategiar der mangfoldet vert truga.

For det første ser vi her hvordan konkurrerende diskurser opptrer parallelt; mulighetsdiskursen gjør seg gjeldende gjennom utsagn som ”*vinstane av globaliseringa*”, - det er et positivt fortegn. Samtidig holdes trusseldiskursen ved like fordi noe ”*vert truga*”. Derfor er motstrategier fremdeles nødvendig. Det er imidlertid interessant å se at begrunnelsen for motstrategier ikke lenger bare knyttes til at det er egenarten som er truet, men derimot mangfoldet. Mangfold som verdi er blitt tydelig på kulturfeltet.

### 2.3 Kulturarv og næringsutvikling

På midten av 2000-tallet skjedde det et ”paradigmeskifte” i statlig tilnærming til kulturarven ved at kulturarv i økende grad ble betraktet som virkemiddel for en rekke ulike formål. Kulturarven ble for eksempel betraktet som et næringspolitisk virkemiddel i by-

og stedsutvikling. Slik formuleres det i St. meld. 16, Leve med kulturminner (2004-2016):

Kulturminner og kulturmiljøer representerer ressurser som kan ha stor betydning for å utvikle levende lokalsamfunn og ny næringsvirksomhet. Både nasjonalt og internasjonalt blir stadig større oppmerksomhet rettet mot hvordan kulturminner og kulturmiljøer kan bidra til sosial, kulturell og økonomisk utvikling.

Kategorien ”økonomisk utvikling” omfatter i meldingen blant annet sysselsetting, reiseliv og ”opplevelsesindustrien”. Det er ulike typer kulturminner som betraktes som næringsmessige ressurser, for eksempel fredete og bevaringsverdige bygninger knyttet til landbruk brukes på nye måter, som ny næringsvirksomhet. Det vises til en del eksempler på koblingen mellom kulturminner og økonomi, for eksempel at kulturhistoriske verdifulle miljøer genererer inntekter til handel og tjenesteyting på ca. 335 milliarder euro i året og sikrer sysselsetting for mer enn åtte millioner personer. ”Kulturminner er blitt en bransje, og som i samvirke med turisme er blant de sterkeste vekstbransjene i Europa”, heter det i meldingen.

### Verdiskaping

Den økonomiske termen verdiskaping, som gjerne forstås som økonomiske ringvirkninger, kom for alvor inn på kulturminnefeltet gjennom St.meld. 16 og førte til etableringen av Verdiskapsprogrammet, i regi av Riksantikvaren. Det bidro ytterligere til å betone at kulturminner og kulturmiljøer skulle tas i bruk i by- og stedsutviklingen. Det er flere spørsmål som reiser seg når kultur relateres til næring og verdiskaping og økonomiske ringvirkninger. Ett er hvordan feltet (kultur) defineres og avgrenses (hvilke innsatsfaktorer, indikatorer og operasjonaliseringer som velges) og hvor nøyaktige resultater (i form av tallfesting) det er mulig å få.<sup>1</sup> I Verdiskapingsprogrammet legges det vekt på å

---

<sup>1</sup> Ringvirkninger kan forstås som en komponent i verdiskapingsbegrepet, og kan være store eller små. Vanlig ordbruk knyttet til ringvirkningsanalyse er *konsekvenser, betydning, virkning* og hvordan noe *forplanter* seg utover. Det viser til forholdet mellom årsak og virkning ([www.vs2010.no/Verdiskaping2.htm](http://www.vs2010.no/Verdiskaping2.htm)). Å gjøre en analyse av ringvirkninger går da ut på å belyse hvilken betydning et fenomen eller hendelse har for andre forhold eller hendelser. Et vanlig eksempel

kunne måle verdiskapingseffekter av kulturminner/-miljøer, blant annet gjennom et utvalg pilotprosjekter. Prosjektene skal inngå i lokal eller regional strategi for verdiskaping og innovasjon, og der ulike offentlige og private virkemidler som berører kulturminnefeltet ses i sammenheng. Kulturminnefondet, som ble etablert i 2002, har fått en sentral rolle i dette arbeidet. Det heter i St.meld. 16 at fondet blant annet skal legge vekt på å gi tilskudd til prosjekter som bidrar til utvikling og verdiskaping.

Også *St.meld. nr.22 (2004–2005) Kultur og næring*, som, med unntak av idrett, omfatter hele det kulturpolitiske ansvarsområdet, betrakter kulturbasert næring som viktig satsingsområde i regional utvikling. Det påpekes at kulturlivet i stor grad omfatter egne verdiskapende næringer med relativt stor innvirkning på norsk økonomi, med henvisning til Østlandsforskningens undersøkelse av kulturnæringene (Haraldsen med flere 2004). Videre pekes det på at det ligger synergi-potensialer i et fruktbart samarbeid mellom kultur og annen næringsvirksomhet. Et tredje moment er at kultur og kulturbaserte næringer ofte er lokalt rotfestet og spiller en viktig rolle i lokal- og regional utvikling. Stortingsmeldingen tar blant annet for seg samvirket mellom kultur og næring, der en ser på kultur både som innsatsfaktor for å øke verdiskaping i andre næringer og på hvordan næringslivet kan medvirke til utvikling og vekst i kultursektoren.

Hva som regnes som kulturnæringer varierer en del både land i mellom og mellom ulike fagmiljøer (noe også St.meld. nr. 22 peker på), og følgelig blir beregninger av ringvirkninger også ulike. Haraldsen med flere angir hvilke næringer som inngår i de fleste internasjonale definisjoner (til orientering: annonse- og reklamevirksomhet, arkitektur, bøker, aviser og blad, design, film, foto og video, musikk, utøvende kunst, tv og radio, bibliotek og museum). Med unntak av museum og bibliotek er de fleste næringsgruppene med i de fleste internasjonale studier, ifølge Haraldsen med flere. Når de har med disse to gruppene, er det fordi dette er næringer som går på ivaretagelse av vår kulturarv.

---

er konsekvenser for det økonomiske aktivitetsnivået i et nærmere definert område over en bestemt tidsperiode.

Baadsvik og Daugstad (2003) skiller mellom direkte verdiskaping, knyttet til selve kulturminnet/kulturmiljøet, og indirekte verdiskaping, knyttet til produksjon av andre varer og tjenester, underleveranser, arbeidsplasser og økt generelt konsum, altså økonomiske ringvirkninger.

Kulturbasert reiseliv vies en del oppmerksomhet i St.meld. nr. 22, blant annet betydningen av å bruke kultur, inkludert kulturarven, som ressurs i reiselivssammenheng. Det omfatter blant annet: steders fysiske miljø, kunstnerisk utsmykning, arkitektur og ulike tradisjoner og særmerker: ”Kulturarv har vist seg å være en viktig faktor i utviklingen av ulike lokalsamfunn generelt”, heter det i meldingen.

Både nasjonalt og internasjonalt er kulturarv en viktig faktor blant annet i utviklingen av den lokale turistnæringen, videreføring av bygg- og håndverkstradisjoner og utvikling av kunst- og håndversprodukter, heter det i stortingsmeldingen. Vern og opprusting av bygninger, fyr eller rorbuer betraktes også som viktig i forbindelse med kulturbasert reiseliv, da de kan benyttes som overnattingssteder, serveringssteder, til forretninger eller tilholdssteder for kunstnere:

Kulturminner og kulturmiljøer tjener ofte som gode rammer for reiselivsaktiviteter, det være seg innendørs, i gårdstun, i byene eller i åpne landskap. Gode eksempler er Bryggen i Bergen, stavkirkene, bergkunsten i Alta, kunst- og trebyen Risør, Jugendbyen Ålesund, bergstaden Røros og stølsriket i Valdres, heter det i St.meld. nr. 22.

Det sies også i meldingen at kulturarven er viktig for merkevarebygging av steder og kan også være grunnlag for næringsutvikling generelt og for kulturbasert næringsutvikling spesielt. I meldingen understrekes det at det er behov for bedre kunnskapsgrunnlag om verdiskaping med grunnlag i kulturminner og kulturmiljøer.

St.meld. nr. 21 (2005-2006). Hjarte for heile landet. Om distrikts- og regionalpolitikken, betrakter kultur (inkludert kulturhistorien) som distrikts- og regionalpolitisk virkemiddel for å skape økonomisk vekst og næringsutvikling, markedsføre steder, opprettholde bosetting og tiltrekke seg nye innbyggere og tilreisende. Det heter blant annet:

Det finst mange døme på at både byar og stader har blitt vitaliserte og fått økonomisk vekst gjennom ei systematisk satsing på kultur.

Kulturminner og kulturmiljøer kan i følge meldingen benyttes som grunnlag for utvikling av levende lokalsamfunn og verdiskaping, i tillegg til at kulturminner er kilder for kunnskap og opplevelser. Bevaring og utnytting av kystkultur og kulturminner kan bidra til å etablere arbeidsplasser og være viktige i utviklingsprosesser, og satsing på kulturbasert næringsutvikling skal videreføres og forsterkes, bl.a. i statsbudsjettet for 2007, heter det i denne Stortingsmeldingen.

Det som etter hvert fremstår som det nye ”mantraet” i tilknytning til kulturlivet, verdiskaping, er også rikt til stede i *Handlingsplan for kultur og næring* (Nærings- og handelsdepartementet, i samarbeid med Kommunal- og regionaldepartementet og Kultur- og kirke departementet, 2007). Kulturhistorien i betydningen kulturhistoriske omgivelser eller bygninger betegnes som tilleggsverdier til kulturnæringene. Selv om kulturarv nevnes ulike steder, har det likevel en underordnet plass i handlingsplanen, kanskje i tråd med at kulturarven ikke har noen sentral plass innenfor ”kultur- og opplevelsesindustrien”. Det heter riktignok at:

den fysiske kulturarven med kulturminner og kulturmiljøer kan være viktige ressurser både for kulturnæringene, lokalsamfunn og regioner.

#### **Fra utgiftspost til ressurs**

Stedsutvikling er kjernen i rapporten Miljøvennlige og attraktive tettsteder. Erfaringer og anbefalinger fra Tettstedsprogrammet. Sluttrapport. Miljøverndepartementet 2005, der fremvisning av (gode) eksempler har en sentral plass. Når det gjelder koblingen mellom kulturarv og næringsutvikling vises det blant annet til at eldre bygninger er tatt i bruk til nye formål, noe som har gitt positive ringvirkninger og viktige bidrag til stedsutvikling og utviklingen av næringslivet. Med henvisning til Tolga heter det blant annet:

Næringsutvikling gir utfordringer og muligheter i samhandling med kulturminnevern (...) Den lokale natur- og kulturarven er styrket som grunnlag for tilhørighet, stolthet, opplevelse og ny næringsvirksomhet.

I flere av eksemplene er kystkulturen utgangspunkt for næringsutvikling (som eldre brygger og bygningsmassen i

tilknytning til maritime aktiviteter), tilsvarende det som er påpekt i meldingene som er referert i det foregående.

Noe som kan betegnes som en ”vending” i synet på kulturminner er formuleringen i den delen av rapporten som spesielt tar for seg kulturminner og kulturmiljøer, der det blant annet heter at kulturminner i økende grad betraktes som en ressurs og ikke som en utgiftspost:

Ved siden av å gi kunnskap og opplevelser, er kulturminner også en viktig ressurs i lokalsamfunnet med en økonomisk verdi som omfatter mer enn bare bruksverdien.

Bevaring av verdifulle deler av bygningsmassen framfor å rive og bygge nytt kan også skape nye arbeidsplasser. Det sies for eksempel i rapporten fra Tettstedsprogrammet at sikring og formidling av kulturminner også er en arbeidsintensiv virksomhet med stor betydning for lokal sysselsetting og at rehabilitering av historiske bygg skaper 165 flere arbeidsplasser enn bygging av nye hus.

Eksempelene som omhandler kulturminner/-miljøer i rapporten fokuserer imidlertid ikke på næringsaspektene, men på kulturminnenes betydning for identitet, som kilder til kunnskap, formidling av håndverkstradisjoner, altså aspekter ved kulturarven som ikke dreier seg om verdiskaping eller næringsutvikling. Hvorfor det ikke gis mer konkrete eksempler på hvordan kulturarven brukes i næringsutvikling skyldes kanskje at dette i liten grad gjennomføres de stedene som brukes som eksempler i rapporten? Heller ikke avsnittet ”Næringsliv og lokale ressurser” inneholder konkrete eksempler på hvordan kulturarven er brukt som ressurs i næringsammenheng. Det sies mer generelt at:

Lokale råstoffsressurser, naturverdier, kulturlandskap, kulturminner og stedets historie, håndverks- og mattradisjoner og andre lokale forhold kan være utgangspunkt for næringsutvikling og ny virksomhet på stedet.

Det synes å dreie seg mer om potensialer for næringsutvikling enn noe som foregikk i større omfang da eksempelinnhentingene foregikk.

I en spørreundersøkelse om hvilke aktiviteter det ble satset på i tettstedene (som rapporten bruker som eksempler), kom næringsutvikling et stykke ned på lista, mens sentrumsutvikling, utvikling av møteplasser, estetikk og forskjønnelse, miljøgater og profilering av stedet ble prioritert. Satsing på miljøvennlig transport lå for øvrig nederst på lista. Under punktet ”Anbefalinger” som omtaler samarbeid mellom kommunen og næringslivet er ikke koblingen mellom kulturarv og næringsliv nevnt. Selv om det er begrenset med konkrete eksempler på koblingen kulturarv og næring i rapporten, påpekes det flere steder hvordan kulturarv kan utgjøre en næringsmessig ressurs, noe som indikerer at koblingen kulturarv og næringsutvikling er et nasjonalt satsingsfelt, slik det også fremkommer i andre statlige dokumenter.

Ifølge Lash & Urry (1994) har det økte fokuset på kulturnæringene de siste 20-25 årene sammenheng med økonomiske og samfunnsmessige endringer. Disse endringene preges blant annet av at varer og tjenester blir mer kundetilpassete, det vil si at man forsøker så langt det er mulig å fremstille kvalitativt unike produkter for kunden. Det betyr ifølge Haraldsen med flere (2004) at både produsenter og konsumenter retter søkelyset mot produktenes design, innhold, mening og/eller symbolverdi. Dette kan trolig ha overføringsverdi til kulturarven, det vil si at både den materielle og den immatrielle kulturarven, ”anrettes” på måter som både gjør den mer tilgjengelig, egnet og attraktiv for publikum. I og med at kulturnæringene antas å være sterkt voksende, bidrar det trolig til å endre betraktningmåten på nasjonalt og lokalt nivå fra å betrakte kulturarven som utgiftspost til ressurs.

### **Sammenfatning og konklusjoner**

I dette kapitlet har vi undersøkt nærmere den meningskonteksten som kulturarv inngår i når begrepet opptrer i et utvalg dokumenter som har vært viktige for utmeislingen av den nasjonale politikken for planlegging og utvikling av norske byer og tettsteder.

En gjennomgang av stortingsmeldinger og andre nasjonale policydokumenter viser at kulturarven i økende grad betraktes som et virkemiddel for ulike formål. Denne utviklingen har foregått i en rekke europeiske land fra 1980-årene, etter hvert også i Norge, hvor kunst og kultur, inkludert kulturarven, er blitt satsingsområder i takt med nedgang i råvarebasert industrivirksomhet og andre strukturelle endringer i næringslivet.



Fram til rundt 1980 var kulturarven i hovedsak betraktet som kilde til opplevelse, kunnskap og identitet eller som et ”mål i seg selv” (kulturens egenverdi/kildeverdi). ”Kulturarvindustri” er blitt et begrep i by- og stedsutvikling og i statlige policydokumenter. Det synes å ha foregått en mentalitetsendring der man i så vel små som store kommuner ser muligheter snarere enn begrensninger for utvikling når kulturarv tematiseres. Når kulturarven relateres til næringsutvikling, dreier det seg for eksempel om å gjøre steder attraktive for næringsetablering, ny bosetting og for besøkende. Generelt dreier det seg om en økt instrumentalisering av kulturlivet. Hovedtanken synes å være at kulturlivet, inkludert kulturarven, er en uutnyttet ressurs og at det kan være et regionalpolitisk virkemiddel for å skape liv og aktiviteter på steder i omstilling og/eller som trues av stagnasjon og fraflytting.

Kulturhistorien brukes dessuten i økende grad i merkevare- og omdømmebygging, der målgruppene kan være både lokalbefolkningen og besøkende. Tidligere industribygninger brukes flere steder som en ”rufsete innpakning” av ulike aktiviteter. Inspirasjonen fra det internasjonale repertoaret er her tydelig. I mange tilfeller tuftes hele bydeler på industriens ruiner, gjerne knyttet til havne- og kanalområder, som omdannes til områder for kultur og opplevelsesbaserte næringer, restauranter og boliger. Samtidig er det en utfordring dersom kulturarvens berettigelse hviler på at den er lønnsom i økonomisk forstand, noe som kan få som konsekvenser at ”mindre lønnsomme” kulturminner og kulturmiljøer som ikke er fredet, ikke tas vare på.

## 3 Byenes kulturarv, identitetsbygging og profilering

### 3.1 Kulturarv som virkemiddel i byutvikling og attraktivitetsbygging

Kulturarven kan være kilde til opplevelse, kunnskap, identitet, stolthet og tilhørighet og kan også ha en verdi i seg selv. Men kulturarven brukes også i økende grad bevisst som instrument eller virkemiddel for ulike ”utenforliggende” formål; det kan være stedsutvikling og stedsprofilering, eller markedsføring og omdømmebygging i den tiltakende by- og stedskonkurransen.

I tråd med at mange byer og steder gjennomgår transformasjon fra industribyer til servicebyer av forskjellig art, er kulturbasert byutvikling blitt en av de viktigste trendene i europeiske byers utvikling. Det konkretiseres blant annet ved at nedlagte industriområder, ofte havne- og kanalområder, rustes opp og omdannes til områder for kultur og opplevelsesbaserte næringer og annen næringsvirksomhet, shopping, restauranter og boliger. Restaurering av historiske bysentra har også fått økt betydning i byutviklingen. Kulturarven brukes dessuten i økende grad som grunnlag for økonomisk vekst og næringsutvikling.

En annen trend er at byer er blitt opptatt av å sette stedsidentitet, identitetskonstruksjoner og merkevarebygging i fokus ettervert som de opplever økt konkurranse om å være attraktive for bosetting, næringsvirksomhet, handel, reiseliv og utdanning. Det er stor oppmerksomhet på særpreg, kvaliteter og fortrinn som kan videreutvikles og profileres. Arbeid med stedsutvikling inkluderer

ofte strategier for å satse på ulike former for kunst, kultur, kulturarv og kulturbaserte næringer. Dels ses kultur i vid forstand som et vekstområde i samband med omstillinger i næringslivet. Dels handler det om å gi byen et fornyet image i tråd med rådende trender nasjonalt og internasjonalt. Kulturhistoriske elementer får en ny betydning som virkemidler i de ulike transformasjonsprosessene.

Sammen med andre elementer i byutvikling kan kulturarv bidra til trivsel og tilhørighet og en stolthet over hva stedet er og har å by på. Næringslivet er i økende grad også blitt bevisst og delaktig i utvikling av steder, blant annet fordi det gjør stedene mer attraktive som bosteder, gjør det lettere å rekruttere arbeidskraft, og bidrar til å øke kundegrunnlaget for en del næringer.

En bys omdømme eller eksterne image vil dels være et resultat av byens historiske utvikling slik den framstår i fortid og samtid, og dels vil den være et resultat av bevisste identitetsformasjoner og aktive profileringsstrategier. Utfordringen ligger i å utvikle byen fysisk, estetisk, kulturelt og sosialt, og se at slike elementer gjensidig kan forsterke hverandre positivt. Det er også en utfordring i dagens bevisste omdømmebygging å skape et image som er særpreget for den spesifikke byen og som lokalbefolkningen kjenner seg igjen i. Konstruerte identitetsmarkører som ikke er lokalt forankret er sjelden verdifulle, særlig i lys av at lokale aktører kan være vel så viktige ambassadører, og derved profileringsagenter, for byen sin som det et reklamebasert omdømmeprojekt kan være. Selv om byene tar i bruk tradisjonelle virkemidler fra markedsføringsfeltet i bestrebelsene på å framstå som attraktive, er det å selge byen et langt mer komplekst prosjekt enn å selge et produkt. Diversiteten ved ”produktet by”, og mønsteret for hvordan de ulike identitetselementene henger sammen, synes å være undervurdert (Murray 2001, Vestby og Skogheim 2010). Målgruppene er dessuten mange og sammensatte; fra dagens beboere og næringsdrivere, til potensielle investorer, turister, besøkende fra nær og fjern, tilbakeflyttere og tilflyttere.

## 3.2 Stedsidentitet - et sammensatt fenomen

Stedsidentitet som fenomen er kommet høyt på dagsorden i stedsutviklingsprosesser i byer, tettsteder, bygder og regioner. Hvordan stedet framstår med kvaliteter og kjennetegn gis stor oppmerksomhet, enten dette danner grunnlaget for de lokales selvbilder eller de utenforståendes inntrykk av stedet. Det betyr noe for hvor attraktivt stedet oppleves å være, og det betyr noe for hvem innbyggerne selv opplever at de er.

Begrepet stedsidentitet gis ulike definisjoner og varierer, dels med profesjon, og dels med den enkeltes ståsted og forestillinger om hvordan stedet er. I tradisjonelle fysiske stedsanalyser, som har hatt stor betydning for kommunal planlegging, er det en essensialistisk tilnærming til forståelsen av byen som ligger til grunn. Det er en ”*systematisering av kunnskap for å forstå stedets historie, situasjon og framtidsmuligheter*” (Miljøverndepartementet 1993). Denne type stedsanalyser er i hovedsak basert på stedets fysiske og historiske utvikling slik det kommer til uttrykk i landskap, bebyggelse og kulturhistoriske fysiske elementer. Stedsidentitet forstås her som primært sammensatt av disse elementene, og stedet defineres i stor grad ut fra visuelle kvaliteter.

Uansett hvilket ståsted en har; stedsidentitet er et sammensatt begrep. Amundsen (2001) identifiserte fire kategorier av elementer som på ulike måter opptrer i kombinasjon med hverandre: (I) romlige kvaliteter, (II) særtrekk ved innbyggerne, (III) sosiale forhold og sosiale relasjoner, og (IV) kultur og/eller historie. Dette betrakter vi som et godt utgangspunkt for å studere hvordan materielle og immaterielle kulturhistoriske elementer inngår i identitetsdanning og byutvikling. Men vi vil argumentere for betydningen av å inkludere trekk ved næringsliv og -struktur. Vi ser i våre empiriske studier hvordan karakteristika ved næringshistorien har formet byene og lokalbefolkningen, og lagt føringer for dagens næringsliv og byutvikling. I figuren nedenfor framstiller vi skjematisk hvilke fire hovedelementer vi mener stedsidentitet består av. Vi henter empiriske eksempler fra hver av disse fire hovedfeltene, og viser samtidig hvordan ulike elementer eller dimensjoner ikke kan studeres isolert siden de naturlig påvirker hverandre. Dette betyr at det er gjennom *kobling* mot andre identitetsbærende elementer at kulturarv og kulturminner framstår som særlig verdifulle i stedsutvikling.

Figur 3.1 *Stedsidentitet*

<p><b>Fysiske særpreg og romlige kvaliteter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Arkitektur og fysisk utforming</li> <li>– Natur og landskap</li> <li>– Beliggenhet</li> <li>– Sentralitet og lokalisering</li> <li>– Infrastruktur</li> <li>– Kommunikasjon</li> </ul>	<p><b>Næringsliv og næringsstruktur:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Næringslivshistorie</li> <li>– Næringsstruktur</li> <li>– Handelsvirksomhet</li> <li>– Næringsbygg- og anlegg</li> <li>– Næringsarealer/områder</li> <li>– Utviklingstendenser</li> </ul>
<p><b>Kultur og historie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tradisjoner i lokalsamfunnet</li> <li>– Fysisk kulturarv- og miljøer</li> <li>– Immaterielle kulturminner</li> <li>– Kulturliv som tilbud, opplevelser og aktiviteter</li> <li>– Hendelser og begivenheter som preger by og folk</li> <li>– Rituelle arrangementer og praksisformer</li> </ul>	<p><b>Lokalbefolkning og det sosiale liv:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Befolknings sammensetning</li> <li>– Verdier</li> <li>– Vaner og sosial praksis</li> <li>– Den sosiale takhøyden</li> <li>– Lokal mentalitet og humor</li> <li>– Sosiale miljøer og nettverk</li> <li>– Tradisjoner for dugnader, medvirkning, fellesinnsatser</li> </ul>

En slik oversikt kan illustrere poenget med at stedsidentitet som fenomen og begrep er i stadig endring og omforming. Visse elementer er mindre utsatt for endring, som for eksempel natur og landskap eller beliggenhet. Men ulike typer utbygginger og andre tiltak kan endre endre stedets fysiske karakter. Et annet poeng er at

selv tilsynelatende objektive eller faktapregede kjennetegn og særtrekk vil være gjenstand for ulike fortolkninger og forståelser. De fortolkes gjennom den enkeltes erfaringer, minner, bruk og følelser for stedet. Dessuten ”filtreres” de gjennom sosial meningsdanning, som blant annet finner sted i dagligdagse samtaler om stedet eller i arbeid med stedsutvikling. I et konstruktivistisk perspektiv vil det være hvordan identitetsfaktorene enkeltvis og i sammenheng oppfattes og erfares, gestaltes og omdannes, som får betydning for stedets utvikling.

Stedsidentitet som baseres på et mer konstruktivistisk perspektiv fokuserer på hvordan ulike kategorier av aktører klassifiserer og oppfatter ulike trekk ved stedet som verdifulle, og ikke minst at den virkelighet og det stedet folk forholder seg til er sosialt konstruert og produsert (Røe m.fl. 2002). Stedsidentitet må da ses som et dynamisk begrep i stadig endring gjennom praksiser og sosiale forhandlinger. Folk flest er i liten grad bevisste at de er delaktige i å konstruere og produsere stedet de bor og virker på, enten det dreier seg om fysiske, sosiale eller kulturelle forhold. Hvilken mening eller betydning de sosiale og fysiske omgivelsene tilskrives, og hva slags sosiale praksiser som tar form på konkrete steder, blir vesentlige i dette perspektivet. Det vil eksistere mange og dels ulike forestillinger om hva eller hvordan et sted er og hvilke potensial som eksisterer for stedets utvikling. Slike forestillinger inkluderer dessuten oppfatninger om hvilke (deler av) dette potensialet som det er strategisk klokt og riktig å utvikle. Stedets eller byens særpreg og kvaliteter blir da et spørsmål om hvordan dette erfares og oppfattes. I sosiokulturelle stedsanalyser er slike forestillinger om stedets kvaliteter og potensial en av de tre analytiske kategoriene stedsbilder, stedsbruk og stedsinteresser (Ekne Ruud m.fl. 2007).

### 3.3 Stedsidentitet – kollektive erfaringer og selvbilder

Oppfatninger om steder er ikke bare subjektive; det dannes også intersubjektive og dels kollektive erfaringer og oppfatninger. Dette vil være vesentlig i meningsdanning om byens utvikling og om konkrete kulturminner og kulturmiljøer i den konkrete planleggingen. Vårt empiriske materiale synliggjør hvordan slike

forhold har betydning for hva slags grep som tas i byenes utvikling og hvordan kulturhistoriske faktorer er innvevd i så vel formingen av nye byrom som hvordan folk tar dem i bruk for ulike formål. Gjennom dette foregår det ikke bare en forvaltning og fornying av kulturminner, men også av folks forhold til stedet. I denne sammenheng anvender vi begrepet *sense of place*. Det refererer enten til spesielle særpreg ved stedet eller den mening folk tilskriver stedet, eller helst: en kombinasjon av disse to forholdene. Steders identitet vil i stor grad formes av at folk forbinder meninger og følelser basert på egne og kollektive erfaringer over tid (Relph 1987, Rose 1995, Williams & Stewart 1998). ”*To develop a sense of place requires that one knows the place intimately and reacts to it emotionally (rather than rationally)*” (Holloway & Hubbard 2001).

Små og mellomstore byer som vi her studerer har mange innbyggere som har familiære røtter til stedet og en felles referanseramme som er en kombinasjon av byens historie og en kollektiv sosial og kulturell biografi. Følelsesmessige bånd til steder henger sammen med ens egne erfaringer og minner, og er i stor grad et uttrykk for sosial tilhørighet til mennesker og sosiale miljøer på nettopp det spesifikke stedet (Tuan 1977, Williams og Stewart 1998, Hague 2004). Også norske studier av stedstilhørighet viser nettopp hvordan det å føle seg hjemme et sted både dreier seg om sosial og kulturell tilhørighet til mennesker i et bygdefellesskap og en erfarings- og minnebasert tilhørighet til byrom, bygde omgivelser, landskap og natur (Vestby 2003 og 2009, Vestby og Ekne Ruud 2008).

I denne studien viser vi hvordan erfaringer og minner ikke bare er subjektive, men kollektive og knyttet til både byens kulturhistorie og til innbyggernes erfaringer og fortolkninger. Slik blir stedet og stedets identitet relasjonelt; formet og filtrert via sosiale prosesser som både rekonstruerer og rekommuniserer det som framstår som narrativer (Hague 2001). Vi viser hvordan fortellinger om steders lokale mentalitet, kompetanser og kapasiteter, verifisert gjennom historien, har preg av å være stedsmyter som opprettholder kollektive selvfortellinger. For eksempel finner vi kollektive identiteter bygget opp rundt evne til næringsmessig innovasjon, verdiskaping, driftighet, åpenhet og internasjonal orientering i en eller annen form i alle de fire byene. Fellestrekket er en klar historisk forankring eller basis. Dessuten håndteres de, om enn på ulike måter, som en ressurs for framtidig stedsutvikling.

Mennesker knytter altså erfaringer, minner og betydninger til stedet. Betydninger kan blant annet være lokal stolthet over stedets særpreg. I våre casebyer kommer dette for eksempel til uttrykk i beskrivelser av det tradisjonelle bygningsmiljøet ved sjøfronten i Arendal, Glomma som ferdselsåre og åsted for båt-kulturen i Fredrikstad, eller Jugenbyen ved Brosundet i Ålesund. Betydning kan også knyttes til en tro på stedets potensialer og muligheter som et framtidig livskraftig samfunn. Slik konstrueres og rekonstrueres stedsbilder, og de rommer både fortid, nåtid og framtid. 'Sense of place' er som fenomen betraktet gjenstand for kontinuerlige sosiale forhandlinger, og den økende erkjennelse av at dette påvirker folks holdninger, oppfatninger og preferanser har ført til at det i større grad gjøres relevant i konkret planlegging (Semken and Freeman 2008).

Fortellingen om stedet, som også rommer kollektive selvbilder, skapes altså kontinuerlig. Kulturhistoriske "ingredienser" tas på ulike måter i bruk til dette formålet, - det er noe vi mer og mindre bevisst velger å ta med oss fra fortiden inn i nåtiden. Det hevdes derfor at kulturarven sier oss like mye om den tid vi lever i nå som den sier noe om fortiden vi kommer fra. Kulturarven kan velges inn og aktiveres på mange måter, dels som fysiske bygninger og byrom, materielle objekter eller immaterielle overleveringer, og dels som stedsbilder eller fortellinger (Dansk Bygningsarv 2009). Fortellinger, for det vil alltid eksistere flere parallelle fortellinger, kan betraktes som forestillinger eller representasjoner som blir presentert og sirkulerer mellom mennesker og i en offentlighet (Røe 2006). Gjennom ulike empiriske eksempler forsøker vi å vise hvordan begrepet *stedsrepresentasjoner* framstår med vesentlige elementer av kulturarv og kulturhistoriske elementer. Tegn, tale, bilder, selvbilder, sosial praksis, begivenheter og ritualer bidrar til hvordan stedet oppfattes og fortolkes. På samme måte som landskap tradisjonelt er blitt sett som 'sites of memory' som bidro til å bygge og bevare en kollektiv stedsidentitet, blant annet gjennom malerier, poesi, musikk og verbale fortellinger (Claval 2007), har bylandskap og stedsrepresentasjoner en lignende rolle i dag. Kildene er imidlertid langt mer komplekse og mangetydige.

Sted kan også forstås som et relasjonelt sted som består av sosiale miljøer og relasjoner i kontinuerlig bevegelse kjennetegnet av blant annet interne maktforhold- og utøvelser, interessekonflikter og menings sirkulasjon (Hague 2001, Massey 1991, Shields 1996, Røe



m.fl. 2002). Kulturarvfeltet og konkrete bevaringsspørsmål i forbindelse med byutvikling er av naturlige årsaker forbundet med interessemotsetninger.

Men stedsidentitet som et relasjonelt begrep dreier seg også om menneskene som bor og virker der og deres forståelse av likhet seg imellom og ulikhet vis a vis andre. På tross av individuelle forskjeller, vil for eksempel kjennetegn ved 'lokal mentalitet' eller 'lokal praksis' bidra til dannelsen av et "vi" dersom dette oppleves som forskjellig fra andre steders mentalitet og praksis. Ved å sammenligne seg med andre (steder) ser en tydeligere hva som er særegent ved "vårt sted" og "oss her". Slik formes og befestes et kollektivt selvbilde og en form for likhet basert på en kombinasjon av sosial og geografisk stedstilhørighet. Den territorielt baserte tilhørigheten kan være både på mikro- og makronivå, og fellesskap i et "vi her" kan eksistere i alt fra en gate til en nasjon. I stedsforskningsprosjekter har vi for eksempel også identifisert "det regionale vi" basert på en kombinasjon av fortidas næringsliv, samhandling og lynne, og fremtidens behov og visjoner for nærings- og samfunnsutvikling (Vestby og Ekne Ruud op.cit., Vestby og Skogheim 2010).

"Jakten på særpreg" ved stedet eller folkene som bor der finner vi og i de fire case-byene våre. Det er blitt vanlig å ville være unik, eller bli oppfattet som unik, siden det forstås som en attraktivitetsdimensjon i den stadig sterkere stedskonkurransen.

### 3.4 Stedsidentitet – særpregede eller pregløse steder?

Den økende konkurransen mellom byer, tettsteder og regioner om å oppfattes som attraktive og virke tiltrekkende overfor ulike brukergrupper og formål, grunner blant annet i økt migrasjon og at oppvekststedets tiltrekningskraft er redusert i kunnskaps- og utdanningsamfunnet. Flyt av mennesker, informasjon og trender bidrar til at steders tradisjonelle identitet i større grad er utsatt for påvirkning og endring, det være seg alt fra byggestil og byformasjoner til samværsformer og møteplasser. Økt flytting og derved større innslag av tilflyttere bidrar dessuten til at det er relativt sett færre "innfødte" til å forvalte en immateriell kulturarv som er særpregt for stedet. Følelsene for denne stedlige

kulturarven og for stedets materielle kulturminner- og miljøer, det som inngår i det vi ovenfor beskrev som *sense of place* (som er avhengig av langvarig kjennskap til stedet gjennom bruk og erfaringer) antas følgelig å være mindre til stede i tilflytterkategoriene i befolkningen. På den annen side fortelles det i Arendal om at mange tilflyttere er interessert i lokalhistorie og lokal kulturarv og er aktive i historielag eller som deltakere på kulturhistoriske arrangementer og foredrag. Kanskje forteller dette noe om at en del mennesker vender seg mot lokal kulturhistorie for å søke tilhørighet til sitt nye bosted.

Flyttinger, flyt og kommunikasjon i vid forstand er et hovedkjennetegn ved globaliseringen. Den åpner for nye muligheter, internasjonal handel og kulturelle samhandlinger. Men samtidig ser mange globaliseringen, ofte i samband med kommersialisering, som en trussel mot lokal egenart og særpreg. Kulturhistoriske bygninger, plasser, minnesmerker, fysiske objekter i det offentlige rom mv. kan representere en viss tyngde på vektskålen og motvirke noe av denne "likeliggjøringen" (sameness). Nettopp det å finne fram til noe som er forskjellig fra andre steder blir vesentlig: "*In place identity there is a relation based on similarity, and a relation based on difference*" (Hague 2004).

Byer og steder former og finner sin egenart ved å sammenligne seg med andre. Begrepet *placelessness* (Relph 1976) henspeiler blant annet på at steder blir mer og mer like; at bygninger, butikker, serveringssteder, fastfood-kjeder, bensinstasjoner og hoteller har det samme visuelle preget og gir den samme opplevelsen og derved bidrar til inntrykket av at dette kunne vært hvor som helst. Det lokale særpreg vannes ut og vi får flere og flere "hvor-som-helst-steder". Dette kan være en medvirkende forklaring til den økte interessen for stedsidentitet og stedsutvikling som tar vare på og integrerer kulturminner- og miljøer. Også moderne stedsutvikling, som i utgangspunktet skulle ta utgangspunkt i lokale forhold, synes snarere å gjøre stedene likeartete når det gjelder fysisk utforming (gater, plasser og bygninger). Det har i stor grad dreid seg om en form for estetisering som ikke er stedspreget. Men Relph framhever og at 'placelessness' ikke bare er knyttet til fysiske bygninger og byrom. Også det sosiale, i betydningen opplevelse av tilhørighet og tilknytning til stedet rammes av en slik utvanning av særpreg. Det er med andre ord en sammenheng mellom

*'placelessness'* og redusert *'authentic sense of place'* i den moderne verden (Relph op.cit).

### 3.5 Kulturarvens instrumentelle verdi som ressurs i byutvikling

Når kulturarv ses som et virkemiddel som kan motvirke tendensen til at steder blir mer og mer like og derved pregløse, er det både dens egenverdi og dens instrumentelle verdi som gjøres gjeldende. I motsetning til tidligere, da vekten på kulturens egenverdi og bevarings- og vernetankegangen var relativt enerådende på kulturarvfeltet, er det i dag en utbredt forståelse av at kulturarvens verdi i stor grad ligger i det instrumentelle. Som vi viste tidligere i rapporten (se kapittel 2) kommer dette klart til uttrykk i offisiell politikk. I distriktpolitikk og stedsutviklingsprosjekter ses kulturarv som et klart virkemiddel for andre formål:

Gjennom aktivt å ta vare på og bruke kulturarven har prosjektene i Tettstedsprogrammet bidratt til å utvikle både næringsliv og lokalsamfunn (Miljøverndepartementet 2005).

I distriktpolitikken finner vi lignende instrumentelle perspektiver. I Stortingsmelding nr. 21 (2005-2008) "Hjarte for heile landet", sies det at

Regjeringa legg vekt på at kulturminne og kulturmiljø blir nytta som grunnlag for utvikling av levande lokalsamfunn og verdiskaping, i tillegg til eigenverdien kulturminne har som kjelde for kunnskap og opplevingar.

Også i den egne kulturminnepolitikken har de instrumentelle begrunnelsene funnet plass:

Kulturminner og kulturmiljøer representerer ressurser som kan ha stor betydning for å utvikle levende lokalsamfunn og ny næringsutvikling (St. meld. 16 (2004-2005) Leve med kulturminner).

Kulturarvens instrumentelle betydninger dreier seg på ulike måter om formål knyttet til stedsutvikling:

- Byutvikling/stedsutvikling
- Skape stedstilhørighet og stolthet
- Identitetsprosjekter: ”hvem vi her er”
- Omdømmebygging
- Profilerings og markedsføring
- Næringsutvikling
- Sysselsettingsformål
- Distriktpolitikk og bygdeutvikling

Dette er derfor viktig å ha som et bakteppe for den empiriske analysen. Et annet viktig bakteppe er rådende trender i samtidens by- og tettstedsutvikling, slik dette de siste par tiårene har funnet sted så vel nasjonalt som internasjonalt:

Figur 3.2 *Trender i byutvikling*

- Kobling av næringsutvikling og stedsutvikling
- Prioritering av byenes sentrum og kjerne
- Attraktivt med sentrumsnære boliger
- Sosiale møtesteder for ulike type mennesker
- Satsing på kunst, kultur og kreative næringer
- Utdanningsinstitusjoner lokalisert i byens sentrum
- Kulturarv og kulturmiljøer som ressurs for nye formål
- Byutvikling langs sjøsider og elvebredder
- Estetisk opprusting og visuell fornyelse i offentlige rom
- Økt fokus på helse, miljø, bærekraft
- Medborgerskap og nye samarbeidsformer i prosessene
- Omdømmebygging, aktiv imageforming og profilering

Kulturarv og kulturminner har tradisjonelt blitt oppfattet som verdifulle *i seg selv* og for et steds særpreg. Når dette inngår som verdifulle elementer i nyere stedsutvikling gjennom å kobles med nåtidige trender for moderne byliv- og virksomhet, vil kulturarven framstå som mer instrumentell og som bidrag til forandring av

stedets identitet. Derved vil også forståelsen av kulturarvens betydning som identitetsformende faktor endres.

Trenden med å se kulturarven som ressurs for nye formål dreier seg ikke bare om en *instrumentell* bruk av historiske elementer som går ut over egenverdien som knytter an til å bevare og verne. Vi viser med empiriske eksempler hvordan denne trenden like mye dreier seg om *den nye egenverdien* som ligger i koblingen mellom det historiske & det moderne, det forgangne & det fremtidige, ”røtter & vinger”. Herigjennom oppstår nye former for ressursanvendelse der kulturarvens egenverdi forvandles gjennom å tas i bruk for andre formål. Dette belyses her gjennom fire tematiske fokus; to fysisk/materielle og to immaterielle. Empirien hentes fra to eller flere av de fire byene Fredrikstad, Arendal, Ålesund og Narvik. Dette er imidlertid ikke en komparativ studie selv om vi også sammenligner for å tydeliggjøre det lokalt særegne, eller motsatt: at vi finner tilsvarende trekk og tendenser i andre byer. Planforankring og profilering berøres også i en del av de empiriske eksemplene med disse tematiske fokus:

- Utvikling av historiske elvebredder og sjøsider
- Transformasjon av historiske industrimiljøer
- Rituelle arrangementer og begivenheter med kulturhistorisk forankring
- Lokal mentalitet: fra fortid til framtid

### 3.6 Utvikling av historiske miljøer ved elvebredder og sjøsider

#### **Kulturminner- og miljøer ved vann er attraktive for nye formål**

De siste tiårene har attraktiviteten knyttet til vann framstått som stadig viktigere i moderne byutvikling. Det er lenge siden europeiske storbyer startet med renovering av gamle industri- og næringslokaler langs elver og sjøsider og ga nytt liv til bygninger og uterom. Disse stedene brukes til boligformål, nye næringer, kulturformål og sosiale møteplasser. Transformasjonsprosjektene har revitalisert geografiske områder som i tidligere tider var sentrale i byene. Svært mange norske byer er anlagt ved sjøsider og

elveløp siden grunnlaget var datidens handel og eksport, fraktvirksomhet og energiproduksjon, tømmerfløting og ferdsel. I dag finner vi kulturhistoriske miljøer med møllehjul og vannkraftverk, fabrikkbygninger og kaianlegg. Byene vokste fram ved og langs disse knutepunktene. Noen av disse områdene har i alle tider representert det sentrale bysentrum, som Vågen i Stavanger og fiskebryggen i Bergen. Andre er renoverte de siste ti-tyve årene og har bidratt til at bysentrum har forskjøvet seg mer tilbake til det engang var, som langs Papirbredden i Drammen eller Møllebyen i Moss.

I dette avsnittet kapitlet viser vi med eksempler fra case-byene i denne studien hvordan kulturhistoriske miljøer langs elver og sjøsider kan ha betydning for byutvikling.

### **”Ælva” og Elvepromenaden i Fredrikstad**

Fredrikstad forbindes av mange med sjø, svaberg og skjærgård, og er en av de store hyttekommunene sammen med nabokommunen Hvaler. Byen Fredrikstad ligger imidlertid ikke direkte ved sjøen, men er en elveby der Vesterelva og Glommas utløp møtes. *”Det sterkeste er Glomma. Ikke noe ved byen som ikke kan føres tilbake til utløpet av Glomma”*, sier en som har vært sentral i kulturforvaltning og planlegging i kommunen. Han nevner teglverk, steinhoggerier, tømmervirksomhet, plankebyen, eksporten, skutebyen, FMV (Fredrikstad Mekaniske Verksted: Værste) og forsvaret i Gamlebyen. All denne virksomheten var knyttet til elveløpene og var grunnlaget for framveksten av byen. I dag er alt dette historie. For noen få år siden ble hjørnesteinsbedriften FMV nedlagt, og til og med forsvaret har nylig flyttet ut av Gamlebyen. Det er liten tvil om at Fredrikstadfolk opplever at en stor del av byens identitet er knyttet til elvene og arealene rundt og langsmed disse. Nå er det i overveiende grad kultur-, fritids- og rekreasjonsformål her, enten det er sykling eller jogging langs Glommastiens turveier, kulturarrangement eller drageaktivitet på øya Isegran, rusling på vollene rundt Gamlebyen, eller kafémøter langs Elvepromenaden i sentrum. Det er Elvepromenaden, eller ”brygga” i folkelig tale, vi skal fokusere på her.

De senere års byutvikling har bidratt til at denne elvebredden mot Vesterelva har blitt omformet og vitalisert. Det fortelles at det sosiale møtestedet har forflyttet seg fra gågata til brygga, i hvertfall i sommerhalvåret: *”På sommeren så er det elva + byen. ”Møtes på*

*brygga*”, *sier folk*”. Historisk har det vært mange små bedrifter ned mot denne elvebredden, både på Fredrikstadsiden og over på Kråkerøysiden. Visuelt er dette fremdeles en del av bildet av dette stedet, men på bysiden er det skjedd mye:

Da det først ble politisk aksept for transformasjonen av elvebredden, da det først ble vedtatt, da skjedde det mye. Noen begynte å lage kafeer...i løpet av 4 år så eksploderte det med kaféer og lignende der.

Fra Elvepromenaden er det en ny gangbro over til det gamle Værsteområdet der den nye fotballstadionen er anlagt mellom gamle verkstedhaller. Med broen begynte byen å fungere på en annen måte: *”Bryggearealet er blitt et annet med ny bro”*, sier arkitektene, *”med ny bro vil byen leses på en annen måte. Det blir en sammensmelting av by og elv”*.

Vitaliseringen av elevpromenaden hviler på flere kulturhistoriske elementer som har betydning for Fredrikstadfolk. At det myldrer av folk her i sommerhalvåret kan ikke forklares bare ut fra beliggenheten til vann, men ut fra omgivelsenes iboende historiefortellinger som bakteppe for dagens identitetsbygging. Elvepromenaden representerer en kobling mellom det historiske og det moderne livet i byen, det forteller om fortiden og bærer bud om fremtiden, og det er mange lokalkulturelle faktorer som møtes akkurat her. Kystkulturen og den sterke kulturen knyttet til vannet og båtkulturen, - som mange sier betyr mye for folk her, - har med istandsettingen av Elvepromenaden på sett og vis fått et konkret og symbolsk ankerfeste sentralt i byen. Det var her byen med stolthet tok i mot Tall Ship Race i 2005. I følge Kommuneplanen vil en arbeide med å føre videre dette med arrangementer og profilering av Fredrikstad som skuteby. Her er også restene etter all småindustrien langs elva synlig, og her ser de over til Værsteområdet som huset hjørnesteinsbedriften i byen og som nå skal bli det nye byområdet med satsing på medierbedrifter, kultur, utdanning, boliger og noe næringsvirksomhet. Her er nærheten til fotballkulturen og møtestedet før og etter hjemmekampene ute på stadion på Værste. Elvepromenaden er blitt det sosiale møtestedet der så vel fotballen og transformasjonen av Værstområdet diskuteres flittig blant folk: *”der sitter de og ser over til Værste og diskuterer Værstes utvikling”*. Byen har fått et nytt møtested som samtidig sender signaler om at den følger en internasjonal trend

med den nye kafékulturen og revitalisering av sjøsider og elvebredder.

Hvordan har omformingen og vitaliseringen av Elvepromenaden vært forankret i planlegging?

For det første er dette forankret i mer overordnet planlegging for byens utvikling der en ser dette som ledd i planer for tre geografiske hovedområder. Da Fredrikstad deltok i Miljøverndepartementets pilotprosjekt for byomforming med vekt på å utforme en omforent byutviklingsstrategi, sto elvas betydning som sammenbindende element for de tre byområdene i fokus (Sentrum/Grønli, FMV-området:Vørste og Gamlebyen/Kongsten):

Elven er det naturlige bindeleddet mellom de tre tyngdepunktene og må utvikles som det sentrale og viktigste byrom. Det må utvikles et miljøvennlig og effektivt fergetilbud som gjør at funksjoner i de respektive knutepunkt blir lett tilgjengelige for alle, uten bruk av bil.

Det poengteres også at elven som byrom knytter det historiske bysentrum til nåværende bykjerne og til den fremtidige bydel på Nordre Kråkerøy (Vørste). I Kommuneplanen (2006-2017) – kapitlet om Identitet og kultur, er dette uttrykt slik:

Vi utvikler Vesterelva med promenadene med tanke på å binde sentrum opplevelsesmessig sammen med Gamlebyen og Vørste. Og vi styrker ny ferdsel og elva som ferdselsåre.

I Kommundelplan for Fredrikstad sentrum (Sentrumsplan 1999-2010) er blant annet bygningsvern, byforming og estetikk gitt et eget avsnitt og en retter her oppmerksomheten også på Elvepromenaden.

Ved å utarbeide felles regler for utforming av midlertidige konstruksjoner etc. for uteservering på Bryggepromenden og andre steder, kan det oppnås et mer helhetlig og tiltalende preg.

Planavdelingen arbeider nå med videre elvebreddeutvikling og ser dette i samband med en byakse: fra Gamlebyen ved Glommas



utløp, via elvebredden (promenaden) og sentrum innenfor, til Vårsteområdet på andre siden av Vesterelva. Det er stor bevissthet knyttet til fordeling av funksjoner i de ulike områdene, slik at de skal supplere hverandre i stedet for å utkonkurrere hverandre. Også Kulturmeldingen for Fredrikstad 2001-2012 er relevant; den blinker ut 4 Kulturarener i byen; ett av dem er området med ”Bykjernen – Kulturhuset - Elvepromenaden”. Elvepromenadens forbindelseslinjer går altså likeså mye til bykjernen som til Vårsteområdet. Her heter det:

Ved folkefester og bybegivenheter har byrommet med gågater, parker og plasser, vist seg som egnet arena for et mylder av sosiale møter og kulturelle begivenheter. Med etablering av elvepromenaden gjenvant byen kontakten med Vesterelva, og utestedene blomstret opp. Flere arrangementer der ”Ælva” og hele Elvepromenaden er tatt i bruk, viser hvilke muligheter og byidentitet en elv kan bidra til å skape.

Meldingen framhever betydningen av å styrke kontakten ned mot Elvepromenaden.

Vi ser altså at dette områdets utvikling er forankret i flere planer på ulike nivå; fra overordnet strategi for byomforming, kommuneplan, og sentrumsplan/kommunedelplan til kulturplan. Historiske elementer er indirekte tilstede i form av at elven ses og oppleves som et kulturhistorisk byrom av lokalbefolkning og planleggere. En blanding av en gammel og ny funksjon tilføres bevisst; både elveløpet og elvepromenaden inngår i en akse og skal fungere som et bindeledd mellom gamle og nyrenoverte bydeler/områder.

Elvepromenaden brukes aktivt i visuell profilering av byen. I brosjyren ”Fredrikstad – en ny mulighet” (rettet mot tilflytting og næringsetablering) er det et bilde av Elvepromenaden med lystbåter og folkeliv som preger forsiden. Bildet forteller, formidler og gir assosiasjoner. Skjærgården med ett av Norges største og mest attraktive hytteområder ligger rett utenfor, og eksternt forbindes nok derfor Fredrikstad med sol, sommer og skjærgårdsliv, noe som gjør at bryggene og båtene langs Elvepromenaden inngår i disse forestillingene. Til eksterne og besøkende fortelles at

Fredrikstads identitet er helt og fullt knyttet til elva og den romslige skjærgården utenfor, med et høyt antall fritidsbåter i forhold til folketallet.

Videre at: I skjærgården utenfor Fredrikstad finner du et mylder av øyer, holmer og skjær og et av de flotteste og tryggeste områdene i landet for fritidsbåter. I tillegg kan byen by på en bryggepromenade med sydende liv, duftende matretter, iskald drikke og is, samt kulturtilbud i alle sjangere. (Fra nettet: Opplev Fredrikstad).

De kulturhistoriske elementene er imidlertid fraværende når denne delen av byen profileres, - kanskje bare indirekte til stede i lokalbefolkningens egne assosiasjoner og kunnskap om ”ælva” og båtkulturen.

### **Kanalen og Brosundet i Ålesund**

Ett av de mest kjente bymotivene og turistmotivene fra Nordvestlandet må være Brosundet i Ålesund, kanalen mellom byen på Aspøya og byen på fastlandet, der fiskebåter og lystfartøyer ligger fortøyd med Jugendhusene i bakgrunnen. Dette er et typisk genuint særpreg som ikke ligner på andre byer. Det er det som i faglitteraturen betegnes som ”local distinctiveness” og som av mange anses som en faktor x: *”Identity is what distinguishes place from place or city from city”* (Murray 2001). Du kan vise dette bilde til hvem som helst og de fleste vil umiddelbart vite at dette er Ålesund. *”Det pittoreske Brosundet der fiskerne selger dagens fangst rett fra båtene”* (Nettbrosjyre Ålesund 2009)

Brosundet som byrom består av disse to tydelige kulturhistoriske elementene, som i for seg ikke har noe med hverandre å gjøre: fiskerihistorien som implisitt ”sitter i veggene” i dette byrommet men som i liten grad har satt fysiske/materielle spor, og bygningene i Jugendstil som utgjør det visuelle bybildet på Aspøysiden av kanalen. På kommunens nettside kan en lese dette:

Etter bybrannen i 1904 ble Ålesund internasjonalt kjent for å være Norges mest helhetlige jugendstilby. Når arkitekturen skulle være nyskapende og moderne i samtiden var det nærliggende å hente formspråket fra jugendstilen. De flotte bygningene som ble reist etter bybrannen i 1904 er alle ålesunderes stolthet og lokker

---

hvert år tusenvis av turister til den vakre byen i havgapet på vestkysten av Norge. ([www.alesund.kommune.no](http://www.alesund.kommune.no)).

Den besøkende aner fiskerihistorien og vet kanskje at denne byen i dag er Norges ledende eksporthavn for fisk og fiskevarer, i tillegg til å huse et stort antall bedrifter innen moderne fiske- og supplyindustri.

Dette området har fra gammelt av vært sentrum i byen som i generasjoner har vært en av de viktigste havnene og fiskeristedene på Vestlandet. I dag består sjøsiden på Aspøya av en stor bygningsmasse i Jugendstil, en del av dem opprinnelige sjøhus og med funksjoner knyttet til fiskerivirksomheten. De store murbygningene ligger helt til vannet og det er her ingen kai eller promenade, tvert imot er det bare enkelte steder en kan komme ned til vannet. Men ved selve Brosundet er det en liten plass med en trapp ned mot vannet. Da bystyret i 1994 vedtok en verne- og byformingsplan ble Jugendbyområdene sikret mot ombygging, og en har for ettertiden bevart dette visuelle bybildet. Samtidig legger dette klare begrensinger på hvordan denne del av sentrumsområdet kan utvikles og revitaliseres. Det er for eksempel ikke tillatt med terrasser inn mot Brosundet. På den andre (sentrums)siden av kanalen er det ned mot sjøsiden enkeltbygninger i Jugendstil, men også bygninger i vidt forskjellige stilarter. Det var på slutten av 1950-tallet og en ti-femten år framover at det både ble revet enkelte hus og gitt plass til moderne forretningsbygg. På kommunens hjemmeside kan vi lese:

Protestene var få. Tvert imot syntes de fleste ålesundere at nye hus var en udiskutabel forskjønnelse av det som den gang blei oppfatta som en grå og trist by.

På denne østsiden av kanalen i Ålesund er det også lystbåter og fiskebåtene legger til og her kan en gå langs sjøen. Dette framstår likevel ikke som noen helhetlig sjøside eller promenade, og det synes ikke som dette er en sosial møteplass og et sted med noe yrende folkeliv, - bortsett fra når det er båtfestival i juli og området

fylles av mennesker og opplevelser. Ålesund Båtfestival er en viktig maritim festival med utstillere, underholdning og aktiviteter som mest av alt betegnes som en ”Ramsalt folkefest”, men der også den historiske forankringen i fiskeribransjen løftes fram. I 2008 var det hele 60 000 besøkende på denne festivalen.

Kanalområdet er uten tvil viktig for det ålesundere betegner som byens identitet, med sammenstillingen av Jungendstil, fiskeri og sjø. Spørsmålet er hvordan denne kjerneidentiteten forvaltes og hvordan den inngår som en ressurs i byens framtidige utvikling. Dette må ses i en større sammenheng; bysentrum som konkurrerer med kjøpesenterområdet Moa et stykke ovenfor byen, ønsket om at byen i større grad skal fungere som både bosted og handelssted, og de ulike synspunktene på bevaring og fornyelse som preger meningsdanningen om enkeltområder. Når dette skrives (vår 2010) er kommunen i gang med å lage en helt ny verne- og byutviklingsplan for sentrum av Ålesund. Dette angår mange og ulike aktører i byen, fra de som bor der eller bruker sentrumsområdet, til handelsdrivende, gårdeiere og museumsansatte. Rundt 150 mennesker møtte fram til oppstartsmøtet for planprosessen, som skal foregå med medvirkning og bred informasjon gjennom blant annet egen nettside ([www.alesund.kommune.no/sub/byutvikling](http://www.alesund.kommune.no/sub/byutvikling)).

Kjerneproblemstillingen handler om hvordan en skal ta vare på kulturmiljøet i Ålesund samtidig som det legges til rette for revitalisering og byutvikling. Altså: hvordan en kan finne den gode balansen mellom gammelt og nytt, historie og modernitet.

Nå planlegges det et større byutviklingsprosjekt på sydsiden av byen, ”en ny by”. Området skal bestå av boliger, handel, kaipromenader og kafeer, noe som forsåvidt kan ses som en realisering av potensialet langs sjøsiden, i tråd med fremtredende trender. Men den genuine koblingen mellom det historiske og det moderne som vi finner ved andre sjøfronter blir mindre her. Avstanden mellom disse områdene er imidlertid kort, de er nærmest for naboer å regne. Likevel synes det å være knyttet en klar utfordring til faren for en kulturhistorisk todeling: der det gamle området ved Brosundet og kanalen representerer Ålesunds særpreg og sjel, men mangler lokalt liv og virke, - mens det nye byområdet på sydsiden mangler historieforkring men ikke folk.

## Havneområdet i Narvik

Havna og havneområdet i Narvik er synonymt med industrivirksomheten og utskipningen av malm fra LKAB, samt den usynlige krigshistorien i form av alle vrakene av skipene som ble senket under slagene i april dagene i 1940. Industrivirksomheten er også spekket med historie, ettersom det var malmtransporten som la grunnlaget for byen. Til forskjell fra hva vi finner i andre havnebyer er det liten sivil aktivitet på denne havna, det er lite eller ingen bygningsmasse som kan knyttes direkte til sjøsiden, eller kaiområder som har vært brukt til varetransport, fiske eller rekreasjon. Narvik har ingen sjøpromenade og folk i byen har ingen kollektive minner knyttet opp til barndomsopplevelser på kaiene. Stedsbruken av havneområdet har altså ikke vært forbundet med folks hverdagsliv, og innbyggernes stedsidentitet sies i langt større grad å være forankret i fjellene og friluftslivet der.

Narvik er en havneby, men har liten kontakt med fjorden. ”Kystkultur er industri, ikke fiske”, sier en lokalpolitiker. Det har aldri vært mye kystfiskere her, heller ikke i tidligere tider. ”Narvik er den eneste byen som ikke har noen sivil aktivitet ved havna! Spesielt!”, sier en av de ledende politikerne i byen.

Han sier det er ulike interesser knyttet til bruk av arealer i havneområdet. ”Havnefronten” er ett av flere datterselskaper av Narvikgården A/S (utviklingsselskap som eies 100% av kommunen). Selskapet ble etablert i 2006 og skal stå for det videre arbeid med utviklingen av indre havn etter hvert som utfyllingen ferdigstilles og LKAB trekker seg ut av arealene i havneområdet. Planene går ut på å anlegge boliger, kultur og havnepromenade. Foreløpig er ikke planene realisert, og står derfor som et potensial som ikke er utnyttet. De aller fleste byer ser sjøsider og havneområder som verdifulle ressurser i sin byutvikling.

Det synes å være flere årsaker eller barrierer knyttet til den manglende utnyttelsen av dette særegne og verdifulle området som anses å være en ressurs i framtidig byutvikling. For det første er det som vi viser ovenfor ingen sivil aktivitet som historisk sett har foregått der, og derved er det heller ingen gammel bygningsmasse på kaien som kan istandsettes. For det andre er det fremdeles betydelig industrivirksomhet og til dels skjemmende store arealer og anlegg, samt støvplager fra malmvirksomheten. Attraktiviteten

er altså i utgangspunktet noe redusert, selv om dette vil endre seg over tid. For det tredje preges nok viljen til å bygge ut havnefronten av manglende kollektive ”kulturminner”: generasjoner har ikke satt sine spor og hatt sine opplevelser her.

Sist, men ikke minst, later det til å være forklaringer knyttet til en mer generell holdning til planlegging i byen som mange av informantene framholder. De beskriver en mangel på overordnet og helhetlig planlegging i byen, at planleggingen foregår stykkevis og delt, og at det dessuten gis mange dispensasjoner slik at allerede vedtatte planer gjennomhulles. Planfaglig kompetanse i kommunen er bygget ned, og flere mener at det blant politikerne er en manglende forståelse for planlegging. Alt dette får betydning også for havneområdet. Likeså viktig er det at en del andre planer ikke er realisert eller avklart, noe som skal klargjøres i forbindelse med utarbeiding av ny sentrumsplan. ”*Vi må definere sentrum*”, sier en, ”*ting må ses i sammenheng. Vi er en liten by*”.

Diskursive utlegninger om havneområdet og mulighetene som ligger der synes å være preget av en avventende holdning, en manglende begeistring og derved kanskje en manglende investeringslyst. Vi finner noe vi kan betegne som et fravær av ressurstankegang, sammenlignet med andre steder.

### **Oppsummering**

Vann er en attraktivitetsfaktor i moderne byutvikling. Elvebredder og sjøsider som representerer historiske miljøer i byene ser ut til å lykkes med revitalisering dersom de for det første er lokalisert sentralt i det eksisterende sentrumsområdet, og for det andre at det er etablert virksomheter der som trekker folk (handel, serveringssteder og kulturelle arrangementssteder). Dessuten er det slik at folk trekker folk. Pollen i Arendal og ”Brygga” i Fredrikstad er eksempler på områder som er attraktive både for lokale og besøkende. I sommerhalvåret. Utfordringen for næringsdrivende i slike byområder er å få lønnsomhet i vinterhalvåret når kjøpesentre trekker folk innendørs. De særpregede områdene i byene er slik sett utsatt for en konstant trussel.

Kulturmiljøer som fungerer som sosiale møteplasser bidrar til trivsel og stedstilhørighet, ettersom dette dreier seg om en kombinasjon av tilhørighet til landskap/byrom og til det sosiale liv. Kulturhistorien, som nærmest ”sitter i veggene”, kan appellere til

besøkende og samtidig representere viktige historiske kvaliteter for lokalbefolkningen, som kjenner historien og føler seg som en del av denne. Havneområder og sjøsider, som ikke har vært del av innbyggernes kollektive erfaringer og minner, kan det være mer krevende å levendegjøre, selv om potensialet er klart tilstede, som i Narvik. Turistmagneter, som for eksempel Jugendbyen ved Brosundet i Ålesund eller Gamlebyen der elevene møtes i Fredrikstad, gjør innbyggerne særlig stolte av byen sin ettersom det er unike miljøer som ikke finnes andre steder. Innbyggere som føler stolthet, trivsel og tilhørighet med byen, kan være viktige ”ambassadører” i profileringen av byen. Byenes nettpresentasjoner og andre dokumenter inneholder for øvrig mange eksempler på det vi kan betegne som ”emosjonelle beskrivelser” som nok særlig har som formål å styrke byens attraktivitet i omverdenen. Men effekten internt av slike beskrivelser, som rommer mer og mindre bakenforliggende stedsfølelser, er sannsynligvis likeså viktig med tanke på lokalbefolkningens forestillinger av byens særpreg, kvaliteter og muligheter.

### 3.7 Transformasjon av historiske industrimiljøer

#### **Hva kan gjøre nedlagte industriområder attraktive?**

En klar trend i samtidens byutvikling er å skape nytt liv i gamle industribygg og transformere tidligere industriområder. I dette avsnittet ser vi nærmere på Trekantenområdet i Narvik og Værsteområdet i Fredrikstad. Disse to områdene kan stå som eksempler på motsetningsfylte diskurser som typisk vokser fram når gammel industri legges ned og de skal fylles med moderne formål.

Debatten rundt et annet stort industriareal i Norge viste nettopp dette; diskursene rundt etterbruken av Odda smelteverk var preget av en en ja-side og en nei-side. Det var avgjørelsen om å søke smelteverket inn på Unescos kulturarvliste som noen var imot og andre for. Ja-siden hevdet at ”bevaring er et verdivalg” og ønsket bygningene bevart men fylt med nye formål som scene for kunst, kultur, utdanning, forskning og småbedrifter. Aktørene som frontet ja-siden mente at ”å få Unesco-status vil være som å vinne Oscar i by- og reiselivsutvikling”. Nei-siden derimot syntes ikke disse gamle bygningene var noe å ta vare på: ”riv røkla!” var deres

framtidssønske. I stedet for bevaring mente nei-siden at man kunne bygge et stort kjøpesenter med plass for ulike typer handels- og næringsvirksomheter, samt boliger.. De var overbeviste om at ”Verdensarvstatus ville hindre næringsutvikling”. (Bergens Tidende 2007, Aftenposten 2007). På hver sin måte representerer disse holdningene to klare motsetninger innenfor byutvikling, mellom pragmatiske lønnsomhetsbetraktninger og mer idealistiske kulturorienteringer. Trekant-tomta i Narvik og Værste-området i Fredrikstad har mange av de samme diskursive elementene.

### **Værsteområdet i Fredrikstad**

Ti ganger arealet på Aker Brygge: det er et enormt gammelt industriområde som nå ettervert skal fylles med ny aktivitet. Fredrikstad Mekaniske Verksted (FMV- kalt ”Værste”) var i generasjoner hjørnesteinsbedriften i byen. Da Værste ble nedlagt ble etter hvert en god del av bygningene revet. Fremdeles er det noe mindre industrivirksomhet der, mens de nye aktivitetene og virksomhetene følger europeiske trender med å bruke slike arealer og anlegg til nye boliger ( gjerne ved vannet), kultur og kreative næringer, utdanning og kompetansebedrifter Det ser en på virksomheter som er etablert eller det er konkrete planer om å flytte dit: høyskolen i Østfold (helse/sosial og ingeniørutdanning), teknologi- og ingeniørfirmaer, deler av Østfoldforskning, film/lys/bilde (studio/mediepark), akademi for scenekunst og den kommunale kulturskolen. Den nye fotballarenaen, som også kan brukes til konserter og andre større arrangementer, er unik på grunn av plasseringen: to skall av verkstedhaller dannet utgangspunktet for langsiden til den nye fotballarenaen til Fredrikstad Fotballklubb (FFK). Her har de altså samlet to identitetssymboler; nemlig FMV + FFK: begge deler er nært knyttet til Fredrikstad-sjela, slik folk i byen beskriver det.

Kulturhistorisk er det den spesielle næringskulturen med industri og arbeiderkultur som utgjør kjernen i kulturminnene ute på Værste-området. Dette er på mange måter en levende kultur, som mange i byen har hatt et forhold til. Ordføreren forteller at hun ofte hører ”*Ja, jeg jobba jo her ute...*”, - folk forbinder seg med området og har noen i slekta som har jobbet der. Hun sier folk i byen er stolte over at Værste-området tas i bruk, og er sikker på at det kommer til å bli stort engasjement om kommunedelplanen de skal utarbeide for området. Industri- og arbeiderkulturen er også



nært knyttet opp til fotballen som nå har fått sin nye arena her; guttene som spilte på FFK var rekruttert fra forskjellige industri-bedrifter som hadde egne lag. I fotballmusèet som ligger i tilknytning til fotballarenaen, kan vi nå se denne historien dokumentert.

Moderne virksomheter og funksjoner som lokaliseres på historiske områder og i bygg og anlegg som uttrykker kulturhistorien, bidrar til den særegne kontrasten som tydeligvis anses å representere en attraktiv dimensjon ved moderne byutvikling. Gammelt & nytt, forgangent & trendy, fortid & fremtid, ”røtter & vinger”. Når Fredrikstad-folk er såpass opptatt av hva som skal skje på Værste er det også fordi mange sjøl, eller gjennom familien, er knyttet til industri- og arbeiderkulturen. Kontrasten til kulturbaserte og kreative næringer er stor, og understrekes ytterligere av høyskoler og forskningsvirksomhet. Vissheten om denne innholdsmessige kontrasten er kanskje likeså viktig som det som visuelt manifesterer seg i det fysiske rommet ute på Værsteområdet.

En slik kontrast kunne ha skapt en avstand der de nye virksomhetene ble sett som noe fremmed, også sett i lys av at da FMV ble nedlagt ble det mye arbeidsledighet i byen. På den annen side har Fredrikstad lange tradisjoner for å være en kulturby med kunstnere bosatt i Gamlebyen og stor oppslutning om mange slags kunst- og kulturarrangementer. Byen skiller seg ut ved å ha et svært positivt omdømme blant eksterne i Oslo-regionen, blant annet på grunn av forestillingen om at det her er et rikt kulturliv (Vestby 2005). I motsetning til i Odda, der en side ville ”rive røkla” og bygge kjøpesenter og store moderne handels- og boligetableringer, mens den andre siden ville ha verdensarvstatus og etablere kulturbaserte næringer og virksomheter, er det i Fredrikstad bred oppslutning om hovedretningen for hva Værste skal fylles med. Den dominerende diskursen kjennetegnes av at det er enighet om både hva slags virksomheter som skal inn, hvordan funksjonsfordelingen skal være i forhold til de andre byområdene Gamlebyen og Vestsiden, og hvordan framdriften skal foregå. De har etablert en form for konsensus om at det er viktig med helhetlig planlegging og medvirkning/governance, det vil si at en både trekker inn ulike aktører og ser betydningen av å se nyetableringer og ombygginger i sammenheng. Prosessen framover er også planlagt å foregå på denne måten, blant annet i forbindelse med kommunedelplanen som skal lages for området. Både fra

administrativt og politisk hold i kommunen framholdes de positive erfaringene med å ha ”kjørt prosess” med folk fra næringslivet, foreningslivet og politikere, og at ”befolkningen må inn, må høres...en må få opp kunnskapen og bevisstheten om fornyelsen på Værste” .

Diskursen som bygger opp om disse grepene inneholder også en enighet om å utvise varsomhet og de er opptatt av rekkefølgen på utbyggingen. I følge planseksjonen i kommunen regner en med at det etableres såkalte rekkefølgebestemmelser. Det er oppslutning om det helhetlige perspektivet som innebærer en bevissthet rundt det å se ting i sammenheng: internt på Værste og sammenhengen mellom Værste og byen for øvrig. Byutviklingen på Værste skal ikke trekke eksisterende kunstneriske og kulturelle virksomheter bort fra Gamlebyen, og den skal ikke trekke eksisterende handelsvirksomhet ut av sentrumsområdet på Vestsiden. Ordføreren framholder at det var tverrpolitisk enighet om at det skulle være lite kjøpesentre på Værste, men at det var viktig å ha noen butikker og kaféer for befolkningen i de nye boligene. Nå har de satt en maksgrense på 3000m<sup>2</sup> butikkareal. Politisk var det stor grad av enighet om utviklingen av Værsteområdet og hva slags strategier og grep en skulle legge seg på. På ett punkt synes det å være uavklarte strategier og mulighet for uenighet, nemlig spørsmålet om hva slags boliger - for hvem - som skal bygges her. Boliger ved vannkanten er alle steder attraktivt, men en er samtidig opptatt av at ”strandsonen” her ikke blir nedbygd og at en skal kunne gå langs elvebreddene på Værste (Kråkerøysida). Ivaretagelse av allemannsretten og at det blir boliger for ”hvermannen”, som en politiker sier, er det mange som synes er viktig. Han sier også at den sterke kulturen knyttet til vannet og båt-kulturen som råder i denne byen har betydning i denne sammenheng. Det kan oppfattes som feil at elvebredder i byen privatiseres.

Men FOBBL – boligbyggelaget - mener det blir for dyrt å bygge i vannkanten, noe som kan føre til at det blir ”bestemte sosiale grupper” som har råd til å bo der. Dette vil i så fall bryte diametralt med det kulturhistoriske kjennetegnet til Værste-området; og utvikle seg fra å være industriarbeidernes sted til å bli de velstående borgeres sted. Dette er noe en har sett i mange andre transformasjonsprosjekter, for eksempel da Aker Mekaniske Verksted ble omskapt til nåværende Aker Brygge i Oslo, som ble et av de dyrere stedene i hovedstaden å skaffe seg bolig. Men i en

liten by som Fredrikstad kan dette bli spesielt merkbart, da den symbolske og følelsesmessige betydningen av FMV-området angår ”alle”.

En viktig ressurs og kvalitet i byutviklingen er at det på tvers av ulike samfunnsfelt er bred oppslutning om hovedtrekkene i den dominerende diskursen om utviklingen av området, dvs. at det er få og svake motdiskurser. Spørsmålet om boliger langs elvebredden på Kråkerøysiden kan imidlertid komme til å mobilisere motdiskursive fremstøt som kan redusere denne enigheten. Å bruke kulturarv som ressurs i byutvikling tilsier ikke bare varsomhet overfor materielle forhold, men også overfor et kollektivt eierforhold til stedet (Værste) og til den immaterielle kulturen som også inngår i ”fortellingen” om stedet.

Byen ønsker å tiltrekke seg unge voksne i etableringsfasen med høy utdanning og være et attraktivt sted for nye næringer. Værsteområdet inngår i profileringer og framstøt overfor disse gruppene. Arkitektkontoret som sto bak den nye fotballarenaen, og som arbeider med Masterplan som innspill til kommunedelplanen, sier at

Fredrikstad og Værste forsøker å være flinkest i Norge til å drive ordinær næringsutvikling: Flinkest til å tenke kontorer – kluster med næring – kreativ klasse – kulturtilbud for den urbane delen av befolkningen.

Siden Værsteområdet er så stort kan det bli vanskelig å fylle området med tilstrekkelig innhold og funksjoner, og trolig vil det avhenge av eksterne tilflyttere, etablerere og investorer.

Det som for Fredrikstad-folk er et byutviklingsområde med en materiell og immateriell kulturhistorie som knytter an til så vel folks identitet som byens identitet, er trolig mindre viktig for utenforstående som ikke kjenner den lokale historien. Disse kan imidlertid se flere attraktive dimensjoner ved å bosette seg her eller etablere virksomhet, og som ikke direkte har med kulturhistorien å gjøre: som store og åpne arealer, (kommende) god infrastruktur, muligheter for etablering av næringsmessige klynger, nærhet til bysentrum og til vann og sjø.

Et relevant spørsmål i forlengelsen av dette vil være om forestillingene om stedet (Værste) som et kulturhistorisk

interessant og viktig sted vil ”vannes ut” med de neste generasjonene. Allerede i dag er det unge som ikke har opplevd eller husker virksomheten på FMV. Mange av de gamle bygningene er borte. Stedsrepresentasjoner endrer seg kontinuerlig. Hvordan godt voksne folk i dag snakker seg imellom om stedet, og slik konstruerer og konstituerer bilder av hva det er og hva det kan bli, vil være annerledes enn hvordan unge voksne om ti år snakker om det. Å forvalte kulturarv dreier seg altså også om å forvalte fortellingen om stedet.

### **Området Trekanten i Narvik**

I sentrum av Narvik er flere hundre mål med industritomt fristilt. Nå skal området utvikles til en helt ny bydel. De gamle industrilokalene skal restaureres for et nytt liv og videreføre en stolt historie (Statsbygg 2005).

Byutviklingsstrategien for Trekanten har en visjon som er tilnærmet identisk med den for Værsteområdet i Fredrikstad. Trekanten ligger mellom sentrum og LKAB nede ved sjøen, og var tidligere en del av dette industriområdet med malmlager eid av NSB. Nå fraktes malmen som kommer fra Sverige rett i båtene. I Narvik er malmhistorien og jernbanehistorien to sider av samme sak, og området betraktes som svært verdifullt og særegent av de lokale myndighetene. Det består av mange store bygninger; lokomotivstaller og teglsteinshus. Men store deler er ubebygde areal.

Det er utarbeidet en egen plan for Trekanten og det har vært en lang prosess med folkemøter og medvirkning for å drøfte muligheter og hva som er ønskelig utvikling. Dette var i 2004. En har også fått på plass etiske retningslinjer for utformingen av området. Foruten boliger og butikker er det planlagt kontorer, ishockeyhall og kulturaktiviteter. I en av de gamle lokomotivstallene har det vært arrangert en del konserter. Det er også planer for et vitensenter, Teknorama, i en gammel verkstedhall.

I Kommunedelplanen for Narvikhalvøya, som Trekanten er en del av, sies dette om hva området skal inneholde:

Her er det i planen avsatt plass til nye nærings-etableringer, industrivirksomhet, anlegg for utvidet

havneaktivitet, parkeringsanlegg og persontransport-terminal (ny buss- og jernbanestasjon).

Nå er det dessuten laget en egen bebyggelsesplan for Trekanten-området. I Kulturplan for Narvik (2005) er også Trekanten omtalt:

Utviklingen av Trekant-området gir mange spennende muligheter til kombinasjon av næring, boliger, friområder, kunst og kultur. Skal man lykkes med å utvikle trekant-området til noe spesielt så må kommunen gjennom sin boligpolitikk og arealstyring sørge for å gjøre Trekanten nyskapende i form og stil.

Narvikgården AS skal stå for utviklingen av området. Pr. i dag er det bygget et stort kjøpesenter øverst i området (nærmest sentrum), og byggingen av ishall er påbegynt, - ellers er lite av planene realisert. Først nå skal LKAB være ferdig med byggingen av siloene for lagring av malm. Malmdungan, som de kalles her, har vært en del av byens identitet. Lundbergsjakta, der det lagres malm i dag, er noe LKAB vil bevare, men dette er det uenighet om blant folk i byen, blant annet på grunn av støvplagen.

Oppfatningene om hva dette store området skal brukes til er mange, men de fleste slutter opp om hovedtrekkene i planene. Det fortelles om stort engasjement i byen, ”*det er mange vyer, men det skjer ikke så mye*”. Fra planfaglig hold i kommunen etterlyses det en helhetlig tenkning rundt (by)utviklingen og Trekanten. Det er tydelig en del usikkerhet forbundet med hva det er mulig å få til av kulturaktiviteter, handel og næringsvirksomheter. En av politikerne sier det slik:

Det er snakk om også å ha idrettsaktiviteter i området, mange ønsker for eksempel ishall, men det er fortsatt diskusjon om bruk av arealene, og stort lokalt engasjement.

Noe av det som diskuteres med stort engasjement, er om en skal ta vare på søylene (det er fire store karakteristiske søyler som for Narvikfolk symboliserer malmtransporten inn på LKAB-området). ”*Søylene er det strid om, de blir trolig revet på grunn av ishall og kjøpesenter*”, sier en av politikerne. De mange store bygningene er det en utfordring å ta vare på, og i lys av Terrasaken (som Narvik er inne i) har usikkerheten om realisering av planene økt. ”*Vi tenker ikke*

*utvikling av byen nå, for vi har mer enn nok med å håndtere den økonomiske situasjonen i kommunen”, sier en bystyrepolitiker.*

Den dominerende diskursen kjennetegnes av oppslutning om hovedtrekkene i planene som er utarbeidet, og det sies fra politisk hold at det ikke er store politiske motsetninger. Men det er stort engasjement og stridigheter om enkeltelementer, som bevaring av søylene. Å ta vare på de store søylene er for enkelte et spørsmål om å ta vare på visuelle landemerker som forteller om industrihistorien og malmdyngene som lå helt opp til sentrum. *”Denne historien er viktig i folks bevissthet”,* sies det. De symboliserer også arbeiderkulturen som mange i denne byen er vokst opp med siden så mange hadde jobber i NSB og på LKAB. Det kommer også til syne motdiskursive tendenser som setter spørsmålstegn ved det store fokuset på kjøpesentre og på at *”alt dreier seg om hvordan få bedrifter til byen”,* - noe som de mener kan gå på bekostning av kultur, fysisk utforming og bruk av bygningsmiljøer som krever andre type investeringer. Kulturhistoriske argumenter og elementer er fraværende i det første tilfellet og klart til stede i det andre. At kulturvirksomheter og kulturarv kan være en ressurs på lang sikt også for enkeltaktører innen handel og næringsliv, blant annet fordi det kan gjøre området mer attraktivt å besøke og oppholde seg i, synes ikke å være en fremtredende tankegang. Enkelte hevder at det er en utbredt skepsis til kultur i denne byen, og at mange ikke *”ser linken”* mellom kultur og byutvikling i stort. Fra planfaglig hold sies det at *”det hadde vært lurt å være litt vidsynt og tenkt litt mer langsiktig, så hadde vi vært mer robuste”.*

Reguleringsplanen for Trekanten er stadig oppe til revidering, og det sies at det blir en stykkevis utvikling ved at ulike aktører kommer inn og det gis dispensasjon. Eksterne og halveksterne aktører er initiativtakere og drivkrefter og ivaretar enkeltinteresser, men de har ikke ansvar for overordnede perspektiver og helhetlige vurderinger. Det sies dessuten at politikerne bidrar til å uthule planleggingen gjennom alle dispensasjonene.

Planforankringen er formelt sett på plass, men i praksis ser det ut til at utviklingen foregår stykkevis-og-delt, der tilfeldigheter som finanskrisen og Terrasaken forsterker denne tendensen. Fokuset på kunst, kulturvirksomheter og kulturarv reduseres når kortsiktige avgjørelser som gir større økonomisk gevinst dominerer. Det er dessuten mulig at Narvikfolks orientering mot friluftsliv og

rekreasjon, - ”*alle forsvinner fra byen og til hytta på fjellet i helgene*” - som mange påpeker, kan bidra til at oppmerksomheten rundt selve byens utvikling, bymiljøet, blir mindre enn andre steder.

### Oppsummering

Vørsteområdet i Fredrikstad og Trekantenområdet i Narvik er to typiske norske eksempler på internasjonale trender med å skape ny virksomhet i nedlagte industribygninger- eller arealer. Begge representerer arenaer for hjørnesteinsbedrifter i byene og har stor symbolsk betydning som fundament for byen og for familiene som fikk sitt levebrød og sin industrikulturelle tilhørighet herfra. Lokale debatter om bevaring av heisekraner på Vørsteområdet og tårn på Trekantenområdet viser at folk bryr seg om slike kulturminner og betrakter dem som lokale identitetssymboler. LKAB og jernbaneanleggene for malmutskipingen eksisterer fortsatt, mens FMV er nedlagt. Planene gjenspeiler synet på at potensialet ved de frigitte sentrumsnære arealene er stort, og optimismen og det lokale engasjement tilsvarende. Utfordringene er imidlertid like store og det spørres om dette er *for store* arealer å fylle med et kvalitativt bra innhold for byer med et lokalt og regionalt befolkningsgrunnlag som ikke er større. Dette byr dessuten på krevende planfaglige og politiske oppgaver knyttet til eiendoms- og virksomhetsutvikling som et samarbeid mellom offentlige, halvoffentlige og private aktører på ulike nivåer. Vi synliggjør hovedutfordringer angående det å oppnå og opprettholde helhetlige planer med noen verdivalg knyttet til innhold. Dette dreier seg om grep for å forhindre en utvikling mot *'placelessness'*, dvs. at området får et preg som i stedet for å bygge på byens unike historie ender med å se ut som et ”*hvor-som-helst-sted*”. Ikke bare fysisk og arkitektonisk utforming har betydning; også en del av virksomhetene bør ha et visst lokalkulturelt preg (som forballstadion i Fredrikstad eller ishall i Narvik, lokal scenekunst og kulturvirksomhet osv.). En annen utfordring er knyttet til behovet for et helhetlig perspektiv på funksjonsfordeling mellom eksisterende byområder- og virksomheter, noe for eksempel Fredrikstad har en klar bevissthet på.

Områdenes potensial profileres med størrelse, bynærhet og historie. For eksterne investorer og eiendomsutviklere som ikke har noen egenopplevde erfaringer eller familiære historier knyttet til områdene, vil historien imidlertid være mer som en kulisser. Eller ha betydning som magnet som kan trekke lokale og regionale

kunder, brukere og besøkende. I den videre byutvikling kan det derfor være viktig å reflektere rundt aldersgrupper og generasjonsskifter, ettersom fortellingen om de gamle industriarbeidsplassene og kulturen rundt disse snart vil gå fra å være egenopplevde minner til å bli nettopp historie. Oppfatninger og fortolkninger av slike kulturhistoriske industriområder vil om noen tiår avhenge av hva transformasjonen i dag åpner for og hvilke aktører som tiltrekkes av disse formålene og av hverandre.

### 3.8 Rituelle arrangementer og begivenheter med kulturhistorisk forankring

#### **Kulturhistorie levendegjøres gjennom sosial praksis og rituelle arrangementer**

En klar trend som også kan sies å inngå i byers og steders identitetsformasjoner er økningen i historiske spel, festivaler og lignende arrangementer. Betydningen av kulturhistoriske elementer – også mer rituelle og symbolske markeringer – ligger blant annet i at egne innbyggere opplever dette som meningsbærende og at markeringene fungerer som sosiale møteplasser der stort engasjement og lokalpatriotisme er drivkrefter. Siden egne innbyggere, enten de er opprinnelige eller tilflyttere, er vesentlige ambassadører for byen, betyr det mye at slike opplevelser skaper trivsel og sosial og kulturell tilhørighet. Som opplevelsesbasert byutviklingsstrategi kan nok dette ha noe betydning også eksternt, men det er sannsynligvis først og fremst som intern opplevelsesarena dette har betydning. Felles for disse opplevelsene er at de har et lokalt kulturhistorisk bakteppe som fungerer som en felles referanseramme som skaper lokal identitet, samtidig som alle folka som er engasjert i arrangementene bekrefter at byen har vitalitet og sjel og samler folk på tvers av andre skillelinjer.

I dette avsnittet eksemplifiseres dette med Vinterfestivalen i Narvik og Kjæmpestaden i Arendal. I tillegg viser vi hvordan mer hverdagslige eller jevnlig rituelle begivenheter som fotballkamper også kan ha vesentlige kulturhistoriske forankringer og fungere som identitetsmarkører av betydning for byutvikling.



## Narvik: Vinterfestivalen og rallarhistorien

Noe av det som samler folk og som skaper stolthet over byen, er Rallarfestivalen i Narvik. Festivalen inngår i Vinterfestuka, og er en sterk markering av den gamle rallarkulturen- og historien som knytter an til byens tilblivelse. Byens historie stammer fra slutten av 1800-tallet, fra tiden da jernbanen ble bygget for å frakte malm fra gruvene i Kiruna og Gällivare i Nord-Sverige til utskipping fra den isfrie havnen i Narvik. Ofotbanen blir omtalt som

det nordligste, kaldeste og mest dristige jernbane-prosjektet verden noen gang hadde sett (...), bygget meter for meter i fjellsiden og med spektakulær utsikt over fjorden og havområdet (Jervan med flere 2003)).

Industrikultur og natur forenes i Ofotbanen, og i 1997 fikk området med den gamle anleggsveien prisen som årets friluftsområde i Norge. Vandring på den kulturhistoriske Rallarveien er både en del av lokalbefolkningens friluftsliv og en del av turisme og folkefest rundt Svarta-Bjørn-marsjen.

Rallarhistorien og naturen Narvik har å by på er basis for Vinterfestuka, og denne brukes aktivt i profilering overfor eksterne miljøer.

Rallarne og Svarta Bjørn er vår viktigste merkevare, sier ordføreren, det har stor betydning for folks identitet, spesielt fordi det er basert på opprinnelsen.

Samtidig er dette et ganske inntektsbringende arrangement. Vinterfestuka samler folk og trekker folk, og løftes fram som en stolthet. Dette rituelle arrangementet i mars hvert år er altså sterkt knyttet til kulturhistorien. Byen markerer seg både historisk og ved å vise at den har et levende lokalsamfunn som kan produsere og arrangere en slik uke. Det fortelles at folk i byen har fått sydd opp flere antrekk med tidsriktige klær fra rallartiden og at de bruker disse til og med på jobben når det er Vinterfestuke. I tillegg til fest, kunst, kultur og historieundervisning, brukes arrangementet til å profilere byen med andre elementer. Det arrangeres blant annet en Svarta Bjørn kvinnekongress, næringslivet arrangerer faglige konferanser for sine samarbeidspartnere, og Nordlandsbenken på Stortinget inviteres til møter om utfordringer sammen med aktiviteter og konserter. Byen viser fram sine attraktive sider, og aktører innen ulike samfunnsfelt (som næringsliv og politikk)

bruker anledningen til å vise fram denne siden av byens historiske særpreg og grobunn for vitalitet, samtidig som utfordringer og muligheter framover står på deres dagsordener. Det fortelles for øvrig at folk i Narviksamfunnet, enten det er privat eller i jobbsammenheng, er flinke til å ta med gjester på Rallarvegen og rundtur i fjorden ved endestasjonen. Natur og kulturhistorie inngår altså både i byens eksplisitte profileringer, i hverdagslivets friluftsliv og i vanlige folks utøvelse av så vel vertskapsroller som ambassadørroller.

### **Arendal: Kjæmpestaden – befester ”hvite seil”-kulturen**

Kulturarv i Arendal er knyttet til hvite seil og hvite hus. Folk her er svært opptatt av de gamle husene og bygningsmiljøet, og forteller at dette har noe med sjela og identiteten deres å gjøre: *”det irriterer folk veldig når noe blir galt”* (i fht. det historisk riktige). *”Vi redda Tyholmen på 70-tallet...det er nok flaggskipet”*. De små hvite husene som mange er opptatt av er en viktig del av den lokale stedsidentiteten *”Det rører de helt inn i sjelen...”*, forteller en av lokalpolitikerne. Hun framholder også at det *”har vært mye hvite seil her”*. Skipsfarten, det er det viktigste; *”det var noe stort!”*. Også andre framholder at folk er opptatt av det autentiske ved byen som var Nord-Europas rikeste skipsby på slutten 1700-tallet og første halvdel av 1800-tallet. Det var en by som var internasjonalt orientert pga. sjøfarten, og her var mange redere og mye shipping. Det fortelles at Arendal tradisjonelt har vært en by med store klasseforskjeller helt opp til 70-tallet. Alle familier hadde noen til sjøs, sier hun.

I dag er den maritime kulturen forbundet med moderne båtindustri, seilbåter på tur langs kysten og snekkekulturen i skjærgården. Men symbolske markeringer av byens kulturhistorie får stadig større oppslutning og bidrar til å befeste ”hvite seil”-identiteten: Det historiske arrangementet ”Kjæmpestaden” foregår årlig ute i byen med opptog, utkledninger og gateskuespill. Mange av byens folk syr seg tidsriktige historiske drakter. Opprinnelig var dette et skuespill laget som en sarkastisk kommentar til seilskutetidens endelikt med krakket i 1885. Da kom overgangen fra seilskuter til dampskip og det ble nedgangstider i byen som hadde vært så velstående og ”kjæmpestor stad”. Nå er dette skuespillet vokst til å bli et stort arrangement med mange andre elementer.

I 2007 inngikk arrangementet som en del av dronning Sonjas 70-årsreise med gjester langs kysten. Dette representerte en profilering av byen som de er stolte av. Men ”Kjæmpestaden” profileres ikke eksternt på nettet, og det later til at dette først og fremst er et lokalt eller regionalt arrangement. Betydningen ligger derfor antakelig i byggingen av egne innbyggers kunnskap om og opplevelse av byens fortid og historie. Det fortelles for øvrig om at mange tilflyttere til byen viser interesse for byens historie og deltar på arrangementer og omvisninger. (Hovefestivalen og Canal Street jazz/blues festival er for øvrig mye mer profilerte arrangementer, men dette er ikke spesielt kulturhistorisk baserte arrangementer).

### **Fredrikstad: Fotballen som rituell møteplass - ”tilbake der alt begynte...”**

Fredrikstad beskrives som en by med sterk lokalpatriotisme, og fotballen – så vel historisk som i dag – anføres som et viktig element i dette. Fotballen samler folk i byen på tvers av andre skillelinjer og befester byens posisjon og omdømme som en av fotballbyene i Norge. Fotballmuseet på den nye fotballarenaen til Fredrikstad fotballklubb (FFK) viser at fotballhistorien også er innvevd i byens industrihistorie. Tidligere fantes det flere fotballag som var forankret i ulike lokalmiljøer og industriarbeidsplasser.

Fotball i Fredrikstad er så forankra i byens historie som industriby. Alle stjernene i gamle dager var stort sett arbeidere fra de store bedriftene. Det var flere gode lag i byen som var høyt oppe,

fortelles det. Den nye fotballarenaen er blitt en viktig møteplass, og hjemmekampene fungerer som identitetsmarkører for lokalpatriotiske Fredrikstadfolk. Arenaen er anlagt på det nedlagte industriområdet for den tidligere hjørnesteinsbedriften Fredrikstad Mekaniske Verksted, FMV. Slik fikk de integrert to av de viktigste identitetssymbolene i byen. Slik beskrives stemningen:

Hver søndag: en kjempepatriotisme på FFK!, Folk samles på Brygga..gjestene har de stedene og Fredrikstadfolk har de stedene...det er litt avtalt...det er stemning i byen da...det er helt lada!!

FFK-stadion er blitt et møtested, også for ungdom. Mange som treffes litt utafor stadion, forteller han.

Fotballen tilbyr identitet, tilhørighet og stolthet. Selve den fysiske arenaen som omkranses av verkstedhallene representerer et visuelt meningsbærende element, historien sitter i veggene og i grunnen der ute på Værsteområdet og gir således narrative bidrag til nåtidens fortelling om fotballbyen Fredrikstad. Fra museumshold sies det at det var et kjempeclue at stadion kom der. Den har tatt noe av identiteten tilbake, selv om mye er endret, revet og transformert...De to store hallene er viktige for byprofil og identitet – og holdninger til kulturminner. De viser at kulturminner kan brukes på noe annet, på nye måter.

Men på samme måte som med Vinterfestivalen i Narvik med rituelle markeringer av rallarkulturen, og de historiske arrangementene rundt "Kjæmpestaden" i Arendal, er det kanskje først og fremst lokalt, og muligens regionalt i byens omland, at dette har betydning. I vertfall som opplevelsesfaktor og som noe attraktivt som trekker folk til byen. Men dette betyr ikke at fotballen har en mindre viktig funksjon eksternt i profilering og omdømmebyggingen av byen. Den fungerer som en identitetsmarkør; dette er noe folk forbinder med byen. I en profileringsbrosjyre fra Opplev Fredrikstad 2008 ([www.fredrikstad-hvaler.no](http://www.fredrikstad-hvaler.no)) er det et stort bilde av den nye stadion mellom verkstedhallene med overskriften "En stadion for alle som har noe å heie på". Der kan vi lese følgende:

Våren 2007 sto Norges fineste fotballstadion klar, med gressmatte perfekt plassert midt mellom de to gamle verkstedhallene. Dermed er vi tilbake der alt begynte. Det sies nemlig at FFK i sin tid besto av spillere som var verstedkællær på Fredrikstad mekaniske verksted. De enorme hallene var en stor og viktig motor i byen. Enten kjente man noen som jobbet der, eller så jobbet man der selv. Nå får vi på en måte motoren tilbake – enten kjenner vi noen som spiller fotball, eller så spiller vi fotball selv. Uansett tar vi turen ned på stadion for å støtte guttåene våre når de spiller. Hver kamp følges gjennomsnittlig av hver femte innbygger, noe som resulterer i fullt hus og stort sett stormende jubel. Tribunen har plass til nøyaktig 12 711 ivrige

publikummere, og Tarik Elyounoussi så vel som Elton John og A-ha har latt seg hylle av jublende tilhengere. Konsertarena ute kombinert med konferansesal og selskapslokaler inne, betyr et bygg som kan brukes av alle. Bygger vi først noe så stort som en fotballstadion er det klart den må kunne brukes til mer enn fotball!

Stolthet over det som har vært og det nye som er etablert skinner tydelig igjennom samtidig som stedstilhørigheten kommuniseres sammen med ”nøytral” informasjon om fotballstadion. Dette er arenaen der ”våre” jobbet eller ”våre” spiller”; det er ”guttåene” og ”værstekællær” som uten tvil hører hjemme her i distriktet. Og de stiller ”vi” opp for, hver gang. Forankret i fortidas slit med blick for fremtidens seire.

### Oppsummering

Festivaler, opplevelsesmuligheter og folkefester oppfattes som attraktivitetsfaktorer; de skaper de liv & røre i byen, mobiliserer sivilsamfunnets aktører, fungerer som sosiale møtearenaer, og de trekker besøkende til byene. De gir byene anledning til å presentere seg fra en positiv side og med et image preget av levende bysentrum og folk som tar de offentlige byrom i bruk. Eksemplene vi har vist til her er alle forankret i lokalhistorien på en eller annen måte. De er ikke enestående, og det er en tydelig orientering mot identitetsmarkeringer som kobler byens fortid mot nåtidens byliv og folkefester. En levendegjøring av kulturhistorien og en levendegjøring av det sosiale byliv kobler fortid og nåtid som bekrefter et ”vi her”. Kollektive erfaringer og meningsdanning rundt hvem ”vi her” var og er inkluderer markeringer av hva vi som innbyggere evner å dra i havn – eller iscenesette. Slik blir fortellinger om stedet en stedsrepresentasjon som formes av tegn og symboler som stadig gjentas og derved forsterkes. Oppslutningen om slike arrangementer, enten det er vinterfestivaluker, båtfester, fotballfester eller historiske spill, synes klart å bidra til stolthet og stedstilhørighet. ’Sense of place’, som emosjonelle bånd og bindinger til stedet, er som tidligere påpekt også er et resultat av minner, erfaringer og sosiale forhandlinger (socially negotiated).

Betydningen av slike rituelle arrangementer er nok stor lokalt og regionalt, enten det er folk som får opplevelser eller næringsliv

som får kunder. Men magneteffekten utover dette er sannsynligvis mindre enn mange ønsker å tro, særlig fordi den lokalkulturelle effekten blir svakere utenfor regionen og fordi konkurransen fra en rekke tilsvarende arrangementer andre steder da blir sterkere. Slike begivenheter inngår imidlertid i byenes attraktivitetsdimensjoner. Dessuten; når denne type byliv og arrangementer foregår mange steder vil byer der dette mangler kunne oppfattes som mindre attraktive.

### 3.9 Lokal mentalitet: Fra fortid til framtid

#### **Stedsrelaterte egenskaper ved befolkningen som attraktivitetsfaktor**

I den skjematiske oversikten over ulike elementer som vi mener inngår i stedsidentitet, er lokal mentalitet ett av flere forhold. Studier av stedsidentitet og stedsutvikling viser indirekte til betydningen av lokal mentalitet. En offensiv og konstruktiv mentalitet ser ut til å fungere som en motor for innovasjon og samarbeid rundt utviklingsprosjekter (Vestby 2005). Et steds næringsstruktur og næringshistorie er i mange tilfelle resultat av lokal mentalitet og lokalbasert kompetanse, og vice versa. I Norge ser vi at egenskaper ved befolkningen, som realitet eller myte, nå brukes aktivt i profileringskampanjer og forsøk på å tiltrekke seg nye beboere, det være seg kompetanse, humor eller sosiale egenskaper. I Fredrikstad skrives det i en presentasjon av byen at *”Du vet at du har vært i Fredrikstad når du har begynt å hilse på folk selv om du ikke er på fjellet”* (Guide til Fredrikstad (2007-2008). Eller det sies på denne måten:

Av og til prekær vi med folk vi ikke kjenner. Vi som bor her liker nemlig å tro at småsnakk er med på å gjøre verden litt mindre. Og ganske mye hyggeligere ([www.fredrikstad-hvaler.no](http://www.fredrikstad-hvaler.no))

I flere sammenhenger presenteres Fredrikstadfolk eksplisitt som uformelle, joviale og ujålete. Implisitt ligger tradisjonene fra den gamle industri- og arbeiderkulturen i byen der fellesskap og usnobbethet var klare verdier. Trivelige folk trives i byen, - eller omvendt. En form for åpenhet som er viktig i byutvikling som har

som mål å få nye innbyggere til å trives og bli boende; er at det er tradisjon for å ”*prekæ med folk vi ikke kjenner*”...

Metakommunikative uttrykk kan leses ut av selvpresentasjoner av ”hva vi får til her” eller ”hvordan folk her er”. Nåtidens verdier framstår som en forlengelse og fornyelse av lokalhistoriske verdier; som åpenhet, innovasjon og verdiskaping. Instrumentelle verdier som handlekraft og initiativkraft vil kommuniseres via dette (Eshuis, Klijn and Teisman 2007). Slike egenskaper er en klar ressurs i byutvikling, og vi synliggjør her hvordan dette verifiseres med henvisning til fortiden og får tyngde gjennom den historiske forankringen.

### **Arendal: ”Varm, stolt og utadvendt”**

Åpenhet har historisk sett fulgt av at Arendal var en by som vendte seg mot verden, - dette var i sin tid Nordens største sjøfartsby med handel og eksport som dominerende næringer. I 1877 var det registrert 500 skip i Arendal, - dette var seilskutebyen framfor noen. ”Hvite seil” assosieres med verdier som internasjonal orientering og åpenhet for nye impulser, samt innovasjon og verdiskaping. Slike kjennetegn ved befolkningen og næringsaktører finner vi også i dag. Nå har byen fått en stadig voksende internasjonalt basert marin teknologi og båtbyggerier med et stort eksportmarked. Det synes å være en allmenn forståelse av at det er en tråd tilbake til seilskutetradisjonen og datidens internasjonale orientering. Utviklingen av høykompetansenæringer innenfor det teknologiske maritime feltet innebærer rekruttering av folk med høy kompetanse innen ingeniørfeltet, noe som er en viktig faktor i dagens byutvikling. Å tiltrekke seg høyt utdannede grupper og det å satse på hva disse etterspør, er høyt oppe i bevisstheten i så vel planlegging som politikktutforming i kommunen. Det er samtidig slik at de sentrale høykompetansebedriftene har engasjert seg i kulturaktiviteter og andre tiltak og bruker kultur og maritime festivaler i sin merkevarebygging. Åpenhet, internasjonalisering, innovasjon og verdiskaping er altså tradisjonelle verdier som nå finner nye og moderne uttrykk, men som like fullt er knyttet til det historiske maritime næringsgrunnlaget.

Men det trekkes også andre paralleller til verdien av åpenhet og det å være ”vendt mot verden”. En sentral politiker mener at dette har betydning for at de i dag tar i mot mennesker fra andre land; både arbeidstakere innen marinteknologi, innvandrere og flyktninger.

”Føler snart nå: at ringen snart er slutta”, sier han. Arendal tar også i mot tusenvis av mennesker som midlertidig tilbringer tid i byen, nemlig hyttefolk, båtturister og andre tilreisende. Arendals vertskapsrolle bygger på lange tradisjoner. På nettet markedsfører de seg under vignetten ”Varm, stolt og utadvendt” og forteller at

her blir du ønsket velkommen inn i varmen av vennlige innbyggere og feriegjester som betrakter byen som sitt andre hjem. Enten sola skinner på båtene i Pollen, eller røyken stiger opp fra pipene vintertid, så er det varmen som slår en når en nærmer seg byen. Og menneskene.. Det er det gode smilet, viljen til hygge og trangen til fellesskap.

Ekstern profilering av lokale verdier og væremåter som steds-kvaliteter må ha en reell forankring og ikke minst vedlikeholdes av innbyggerne. I Arendal har Kommuneplanen 2007-2017 den samme undertittelen ”Varm, stolt og utadvendt”. Budskapet om at det er slik ”folk her er” er altså likeså mye myntet på egne innbyggere som skal kjenne seg igjen og ikke minst etterleve denne siden ved lokal væremåte som en mellommenneskelig verdi.

### **Ålesund: Driftighet og gründermentalitet**

Fiskerihistorien forteller om Ålesund som samlingspunkt for hele Sunnmøre. Denne historiefortellingen baseres ikke bare på nærings teknologi og forutsetninger, men i stor grad på den lokale mentalitet og egenskaper ved folkene som opp gjennom tidene har bodd der. Dette er samtidig selvfortellinger som preger lokal identitet og måten å møte utfordringer på.

Både intervjuer med lokale informanter og presentasjoner av fiskerihistorien på kommunens nettsted er konsentrert rundt egenskaper som driftighet og dristighet, åpenhet, utadvendthet og innovasjon. ”*Driftighet og gründermentalitet er stikkord for sunnmøringen*”, sier Lodve Solholm, storingsrepresentant og påtroppende fylkesmann i Møre og Romsdal. De inkluderer sunnmøringen i stort i mye av de ordspillene de holder opp og speiler seg i: ”*Da Roald Amundsen kom til Sydpolen så sto det en sunnmøring der?*” (det gjorde det ikke, men..). Han sier at den lokale mentaliteten går ut på å se muligheter og ikke hindre. Bybrannen lærte dem å takle uventede ting, motgang og motbakker. De startet med fiskebåter, men da oljen kom, bygget de i stedet supplybåter, - dvs. at de omsetter teknisk kompetanse fra ett felt til andre felt. Nå er det



klustre av maritime næringer, fiskebåtredier, supply, utstyrsleverandører og maritim design. Moderne steds- og næringsutvikling nyter altså godt av den historisk befestede mentaliteten. ”*De bærer stein når andre hviler*”, sies det.

Solholm sier de er stolte av den aktive og uredde mentaliteten, og at de opplever seg selv som ”*et folkeferd som stort sett får det til*”. Videre: ”*Det er derfor vi har lyktes så bra! Leite – finne – sjå mulighetene!*”. Han sier dette er forankret i gammel næringshistorie. Slike egenskaper ved befolkningen som sådan, og slike selvbilder, vil helt klart ha en viktig funksjon i så vel byutvikling som næringsutvikling. På kommunens hjemmeside er det en egen bolk om denne næringshistorien der den lokale mentaliteten er en drivkraft, både i fortid og i framtid, beskrevet blant annet med slike karakteristika: driftige fiskere/dristige foregangsmenn/dannet milepæler i fiskerihistorien/ djervhet og nyskaping/ de fremste konstruktørene og skipsbyggere/ framvekst på egen hånd/ sunnmørsk ”fandenivoldskhet”/ ønsket om å bli best/på sjøen har sunnmøringen vært først gjennom hele vårt århundre/ verdensomspennende kontaktnett og meget dyktig markedsføring/i dag vendt mot verden i langt større grad enn i de fleste andre norske byer/store krav til omstilling og tilpassing – også rent kulturelt/byen må ha åpenhet og kunnskap for å forhandle verdenover!”. ([www.alesund.kommune.no/fiskerihistorien](http://www.alesund.kommune.no/fiskerihistorien))

I dag er Ålesund Norges desidert største eksporthavn for fisk og fiskeprodukter, en posisjon de har tenkt å beholde. Den nedarvede mentaliteten som er beskrevet ovenfor, som blant annet synes å være en viktig drivkraft i moderne næringsutvikling, kan kanskje også til tider fungere motsatt. Når de ikke er enige, som de ikke er når det gjelder håndteringen av Jugendbyen som er deres stolthet og som så mye identitet er knyttet til, så kan utholdenheten og tælen gjøre at de ikke gir seg og de steile frontene eller leirene opprettholdes.

### **Narvik: indirekte profilering av lokal mentalitet**

I motsetning til hva vi finner i de andre byene, er det ikke noe i reiselivsbrosjyrer, de kommunale planene eller i intervjuene i Narvik som relateres direkte eller eksplisitt til folks lynne, lokal mentalitet eller verdier, langt mindre til at dette er slik det har vært i generasjoner. Men indirekte leser vi mye om mentalitet og egenskaper.

Narvik er tuftet på realiteter og fortellinger om Ofotbanen, malmtransport og krigshistorie som formidler de samme egenskaper; utholdenhet, mot, djervhet og motstandskraft for å takle og tåle store prøvelser og oppgaver med høy vanskelighetsgrad. Byggingen av Ofotbanen ved forrige århundreskifte var

verdens nordligste, kaldeste og hardeste  
jernbaneanlegg. Meter for meter ble jernbanetrasèen  
hugget inn i fjellet... fem års blodslit, ofte med livet  
som innsats – tok det før banen kunne åpnes i 1903.

Krigshistorien knyttet til Narvik er mye nærmere i tid og har en annen betydning. I april-mai 1940 sto Narvik i sentrum for interessen ute i verden da den bitre lampen om jernmalmen fra Sverige sto på og krigskirkegården i havnebassenget ble en realitet etter at hele den tyske invasjonsflåten ble senket. Over 50 fly og 46 skip ble skutt ned eller senket. I dag tilbys vrakdykking som opplevelsesturisme: hele 39 skip ble senket på havna. Erobringen av Narvik var de alliertes første seier mot Nazi-Tyskland, men tyskerne bombet senere store deler av byen. I etterkrigstiden har Narvik vært kjent ute i Europa for den strategisk viktige plassen den hadde i krigshistorien, noe som har gjort byen til et reisemål for tusenvis av besøkende fra en lang rekke land. ”Folk her er opptatt av det”, sier en av våre informanter, ”det har vært veldig mye markeringer. Og det er stadig nye. Det kommer folk fra England, Polen, Frankrike..”. I Paris finnes Narvik-plass; et symbolsk tegn på den felles historien ettersom franskmennene hadde mange med i krigskampene.

I dag er Krigsminnemusèet sentralt i byen og utvikles i tråd med forsoningstanker for å gi den oppvoksende slekt et innblikk i krigshistorien på en best mulig måte, i håp om at noe lignende ikke skjer igjen. De vil utvikle det til et Nord-Norsk Fredssenter, men det fortelles at det foreløpig mangler noe på lokal oppslutning. De inngår i et internasjonalt ”Fredsby-samarbeid” med blant annet Russland, Finland, Serbia, Polen og Jugoslavia. Tanken bak er blant annet å utvikle forskning og utdanning. Til grunn for tankegangen er også at krigshistorien tilhører en utdøende generasjon, og dessuten at det er middelaldrende og eldre som er målgruppen. Overfor barn, ungdom og unge voksne kan krigshistorien i større grad brukes som en ressurs i freds- og forsoningsøyemed. Et slikt fredssenter ville kunne inngå i

byutviklingen og profileringen ved å bruke historien til å gi Narvik en moderne rolle i regionen, samtidig som det vil kunne ha betydning for å kommunisere en fornyet identitet nasjonalt og internasjonalt.

Symbolikken knyttet til så vel den strategiske rollen i det allierte fellesskapet under 2.verdenskrig, som til videreutviklingen er sterk og inngår i Narviksamfunnets identitetsbygging. Motstandskraft, mot og utholdenhet er egenskaper som leses ut mellom linjene. Å bruke historien til nye grep for fremtiden kommuniserer evne til fred og forsoning.

I dag er det i tillegg til krigshistorien moderne høyteknologi og logistikk som knytter Narvik til andre land. Men sammenlignet med de andre casebyene er det lite eller ingen direkte kobling til lokal mentalitet. Indirekte tegnes imidlertid klare bilder av folkene som bor her: som robuste og uformelle friluftsfolk, som nyter ekstrem sport og hytteliv, er sporty naturbrukere og knyttet til spektakulære naturopplevelser. "Vilt, vakkert og variert" er overskriften i en av profileringsbrosjyrene.

### **Oppsummering**

Vi har her vist hvordan beskrivelser av lokal mentalitet inngår i byenes selvfortellinger og at de i mange tilfelle bruker den lokale historien til å verifisere egenskaper og særtrekk ved befolkningen. Fortidens fortellinger synes anvendbare som ingredienser i nåtidens selvbilde og for blikket som ser framover. Selvsagt er de selektive og utelukkende positive i en eller annen form; som innovativ, åpen, utadvendt, offensiv, gjestfri etc.. Selv i vår individualistiske tid fremstilles stedsspesifikke egenskaper ved befolkningen, direkte eller indirekte, som en ressurs for byutvikling innen næringsliv, reiseliv, bosetting eller besøk. Selvfortellingene har både en intern og en ekstern funksjon. Internt vil de kunne fungere på et kollektivt plan på samme måte som individer speiler seg i "de andres blikk" og ubevisst lever opp til de innebygde forventningene for handling og adferd. Eksternt vil selvfortellingene ha en funksjon i arbeidet med å profilere byen og påvirke andres oppfatninger av dens kvaliteter og særtrekk.

Bestrebelsene for å få ulike aktører til å velge deres by i den økte steds konkurransen tolker vi som en type merkevarebygging som har klare paralleller til produktprofileringer. Særlig to likhetstrekk

er tydelige; for det første at egenskaper ved produktet også kobles til egenskaper ved menneskene som velger å bruke det, og for det andre at historien brukes som et kvalitetsstempel og for å styrke troverdigheten ved produktet. ”I over hundre år har vi produsert, og derved utviklet, denne type ulltøy eller syltetøy, biler eller...” – en lang rekke produkter markedsfører seg på denne måten. Men det gjør altså også byer, bygder, tettsteder og landsdeler, selv om det skjer litt mer indirekte. For ”hundre år siden” kunne det være sant. At en tar i bruk stedsspesifikke egenskaper ved befolkningen og knytter dette an til tidligere tider - i en tid da folk flytter mye mer, reiser mye mer og blir langt mer internasjonalt påvirket som følge av globaliseringen, er påfallende. Ikke desto mindre er det et interessant trekk som kan tyde på at mange finner mening i å identifisere seg med det lokale stedet, og også har forestillinger om at sted preger folk – eller at folk preger sted. Menneskers stedsidentitet er en av flere identiteter og går på tvers av andre identiteter og individuelle forskjeller. ”Vi her” vil nok styrkes gjennom slike forestillinger, og en slik samhörighet kan være en opplagt ressurs i stedsutviklingsarbeid.

But the place in which we are born or live, or the community to which we choose to belong (country, region, ethnic community) will always be more important in defining our self than any product (Murray 2001).

### 3.10 Kulturarv, stedsidentitet og profilering: oppsummerende om funn og forutsetninger

I denne delen av studien har vi med utgangspunktet i det empiriske materialet fra de fire byene beskrevet hvordan kulturarv og ulike former for materielle og immaterielle kulturminner inngår i byenes identitetsformasjon og omdømmebygging. Som konstruksjonsprosesser betraktet, er dette en kombinasjon av så vel sosial praksis og meningsproduksjon blant folk flest, som bevisste og strategiske grep hos myndigheter og næringsliv. Kulturarv kan fremme stedsutvikling, men likeså viktig er det at stedsutvikling kan fremme og fornye kulturarv.

Studien viser at kulturhistoriske elementer gir tyngde til mye av det som i dag oppfattes som en attraktiv by, og vi finner at det i særlig grad er unike koblinger mellom det historiske og det moderne og framtidsrettede som gjør en forskjell. Forskning om stedsutvikling framhever at steder drar fordel av å ha noe som er unikt, noe som skiller dem fra andre steder og som derved kan motvirke tendensen til fenomenet 'placelessness'- steder uten særpreg. I alle byene finner vi at når kulturarv er ressurs i stedsutvikling er det i særlig grad der det er en *unik kobling* mellom det historiske & det moderne, mellom det forgangne & det framtidsrettede, mellom "røtter & vinger". Det er hvordan dette forvaltes og utvikles som synes å være avgjørende: (I) Historiske elvebredder og sjøsider blir attraktive byrom når de fungerer som sosiale møtesteder med lokalkulturelle identitetssymboler, - eller tomme kulisser når de ikke integreres med det øvrige sentrumsliv i byen. (II) Bynære arealer som har huset hjørnesteinsbedrifter og vært arnesteder for den stedlige industrikulturen omskapes til moderne arenaer for ulike typer næringer, handel, utdanning, kultur, bolig og rekreasjon, - i "skjønn forening" eller i interessekonflikter. Typisk er utfordringene dette representerer; nemlig at arealene kan gi for store muligheter for byer på størrelse med de fire byene i dette prosjektet, og at det derved blir vanskelig å fylle dem med innhold eller med ønsket innhold. Dette "innbyr" til at gode, helhetlige planer og intensjoner kan fravikes ettersom enhver nyetablering ønskes velkommen. Forutsetning for å lykkes synes dessuten å være at planleggingsmyndighetene har et helhetlig perspektiv på fordeling av ulike funksjoner mellom eksisterende byområder og nye transformasjonsområder. (III) Rituelle arrangementer og sosiale aktiviteter, enten det er festivaler eller fotballfester, har ofte en historisk forankring som synes å ha betydning for tilhørighet og stolthet over stedet. Som attraktivitetsfaktor for besøkende, er det sannsynligvis lokalt og regionalt at betydningen er størst, - på nasjonalt eller landsdelsnivå mindre, siden lignende aktiviteter finnes mange steder. (IV) Til slutt ga vi eksempler fra byene på kollektive selvbilder av lokale mentaliteter og kompetanser som på ulike måter er historisk forankret, og som tas aktivt i bruk i byutviklingen, enten det er i forbindelse med næringsliv, reiseliv eller bylivet i alminnelighet. Dette skjer både implisitt som del av fortellinger om "hvem vi her er" og eksplisitt i egne profileringskampanjer ([www.fredrikstad.no](http://www.fredrikstad.no)). Studien viser også at fenomenet "konseptualisering" brer om seg og at det kan ha klare innslag av

kulturhistorisk forankring; byene tilbyr potensielle beboere og næringsetablerere et konsept, en visjon, en mentalitet, livsstil eller spesielle muligheter.

Den instrumentelle verdien av kulturarv som ressurs i byutvikling forutsetter etter vår mening at konkrete materielle eller immaterielle kulturminner kobles mot andre stedsidentitetsfaktorer (som vi presenterte innledningsvis i kapittel 3). Samtidig vil vi peke på noe som empirien fra de fire case-byene synliggjør; nemlig at kulturhistoriske verdier er nært knyttet til fenomenet *stedstilbørighet*. Mennesker forbinder seg følelsesmessig med steder og ikke bare gjennom en funksjonell og rasjonell forankring gjennom bruk av stedet. Dette dreier seg om emosjonelle bånd og følelser knyttet til landskap, byrom, lokal mentalitet og sosialt liv (Manzo 2008, Williams m.fl. 2008). Slike stedsfølelser utløser engasjement for byens utvikling, og kan således være en likeså viktig ressurs som eiendommer, penger, fysiske bygninger eller unike minnesmerker. Stedsutvikling dreier seg om å bevare, forvalte, fornye og utvikle. I denne sammenheng vil vi peke på at fenomenet hjemmeblindhet også forekommer når det gjelder steds-kvaliteter som ikke er av fysisk art: *“The valued qualities of a place that even an “insider” may not be consciously aware of until they are threatened or lost”* (Williams og Stuart 1998).

Med bakgrunn i empirien fra våre byer vil vi hevde at dette også gjelder kvaliteter ved det sosiale miljøet som bidrar til trivsel, tilhørighet og stolthet, og at det er kulturhistoriske dimensjoner som har betydning. En bevisst forvaltning av denne ressursen er viktig. Samhørighet som kommer til uttrykk i et ”vi her” er på samme måte en ressurs.

Stedstilbørighet artikuleres som emosjonelle bånd til også stedets historie og fortid, men synes å være undervurdert i profilerings-øymed. Ellers har vi gitt eksempler på hvordan kulturarv- og miljøer på ulike måter inngår i den konkrete *profileringen* av disse byene; vi finner alt fra tradisjonell historiefortelling og instrumentell bruk av fortida for å verifisere lokal mentalitet og lokalt lynne, til beskrivelser av sjarmerende bymiljøer der historien og historiene ”sitter i veggene” i byrommene som fylles av møter og myldring. De lokale variasjonene er store, noe som kanskje er bra siden kopiering og ”same difference everywhere” neppe drar i positiv retning. Men fortellingen om stedet, og derved omdømmet,

formes av langt mer enn den konkrete og bevisste profileringen. Også i disse byene ser det ut til at omdømmebygging like mye finner sted gjennom sosiale og kulturelle praksisformer og meningsdannelser. Fortellinger om byen som spres via folk som bor der, bruker byen eller besøker den er antakelig vel så viktig for omdømmet som påkostede kampanjer. Forskjellen kan imidlertid være at disse fortellingene lever sitt eget liv, de er ikke ”godkjent” av aktører som måtte sitte i posisjon til å forme profileringsbudskap, og ikke minst: de vil inneholde så vel positive som negative forhold eller mangler. På samme grunnlag vil vi hevde at fornyelse og forvaltning av kulturarv ikke bare ivaretas av fagfolk og politikere, men også i stor grad av sivilsamfunnets aktører og næringslivet. Å gi mer oppmerksomhet til disse aktørene som ”kulturminneforvaltere” synes derfor å være nødvendig for å skape oppslutning og utnytte ressursen som ligger i at flere har et eiendomsforhold til sin bys utvikling.

## 4 Kulturarv som instrument for næringsutvikling og økonomisk utvikling

### 4.1 Innledning og problemfokusering

Stadig flere byer og steder fremhever kulturaspektet, inklusiv kulturhistorien, i sin profilering utad, noe som bygger på en økt erkjennelse av at kulturaktiviteter kan generere inntekter og dermed er en viktig næring, som påpekt tidligere i rapporten. Denne utviklingen knyttes blant annet til en økt byorientering, der både tilreisende og fastboende etterspør et bredt tilbud innenfor ”kultur og opplevelsesindustrien” (jf. Harvey 1989, Goodwin 1993 og Hannigan 2003). Flere europeiske byer, som Glasgow, Bilbao, Birmingham og Manchester, har kultur som hjørnestein i byutviklingen, og industribygninger tas i mange tilfeller i bruk til nye formål (jf. Kryss. Veilder i kulturplanlegging 2001, Evans 2005). Også flere norske byer satser på kultursporet. Det grunnleggende er selvsagt å ha noe å tilby, og helst klare å etablere arbeidsplasser innenfor kunst- og kulturfeltet.

Generelt dreier det seg om en økt instrumentalisering av kulturlivet, der hovedtanken synes å være at kulturlivet (inkludert kulturarven) kan være et regionalpolitisk virkemiddel for å skape liv og aktiviteter på steder i omstilling og/eller som trues av stagnasjon og fraflytting. Steder som kan tilby et rikt kulturliv kan også være attraktive for næringsetablering, inkludert kultur-næringer, og for bosetting. Tidligere industribygninger/-områder, sentralt plassert ved elver eller sjøsider, tas i økende grad i bruk til nye aktiviteter (forretninger, kafeer, boliger, hoteller gallerier etc.).



Slike områder kan bli nye attraktive møteplasser for befolkningen og besøkende, med kulturarven som ramme rundt nye aktiviteter. I andre tilfeller er det kulturhistorien i seg selv som er attraksjonen (som kan være materiell i form av bygninger/andre objekter eller immateriell i form av fortellinger, hendelser etc.). Det finnes et stort tilfang av internasjonale eksempler, i økende grad også norske, på ny bruk tidligere industribygninger/-områder, og byer som Manchester og Glasgow bruker kultur aktivt i merkevarebyggingen. Det gjelder å skape oppmerksomhet om sitt sted og komme gunstig ut i by- og stedskonkurransen. Klostre, pakkhus og møller får flere steder nytt innhold. Det kan vise seg å være mer lønnsomt å istandsette gamle bygninger framfor å bygge nytt.

Når kulturarven i økende grad betraktes som instrument og ressurs for andre formål, kan det bryte med forestillinger om kulturens autonomi, der kulturens suksesskriterier er knyttet til dens egne, interne kvalitetskriterier. Et spørsmål som kan reises er om kulturarvens berettigelse i stor grad hviler på at den lønner seg (i kroner og øre). Økonomiske begreper som nyskaping, synergi, entreprenørskap og dynamikk kobles i dag ofte til faktorer som historiske tradisjoner, og ”markedslogikken” preger i økende grad kulturarvfeltet (jf. Weissglas med flere 2002).

Med den økonomiske termen verdiskaping, som kan forstås som økonomiske ringvirkninger av (i dette tilfellet) kulturarven, kom den instrumentelle tenkningen for alvor inn på kulturminnefeltet, slik det fremkommer i kapittel 2.

Et spørsmål som kan stilles er hvor pålitelige tall det er mulig å komme fram til når det gjelder økonomiske effekter av kulturarven. Det avhenger blant annet av hvordan feltet defineres og avgrenses. (se fotnote 1 i kapittel 2). Ifølge Haraldsen med flere (2004) har kultur (mer generelt) som næring blant annet disse karaktertrekkene: høy vekst i forhold til andre næringer, blanding av mange småforetak og noen store, geografisk samlokalisering, ofte i urbane strøk. Aktivitetene er stedbundne, miljøvennlige og de genererer positive eksterne virkninger. Dette er egenskaper som trolig også kan gjelde for kulturarv som næring. I et strategisk plandokument fra Bergen kommune (2003) sies følgende:

Hver jobb knyttet opp mot kulturektoren skaper 26,7 tilknyttete arbeidsplasser, For bilindustrien er dette forholdet 6,3. Sikring og formidling av kulturminner er

arbeidsintensiv virksomhet med stor betydning for lokal sysselsetting. Kulturminnebransjen er blant de store vekstbransjene i Europa.

Weissglas med flere (2002) viser til flere studier som indikerer at kulturaktiviteter i vid forstand kan ha betydelige effekter, men at det er vanskelig å kvantifisere de direkte økonomiske effektene av ulike kulturtilbud, samt isolere inntekter fra kulturarv i forhold til andre fenomener som bidrar til økonomisk vekst (se blant andre Svensson og Adolfsson 1995 og Lindeborg 1991). Ofte egner tallfesting av kultursatsinger seg primært til å tegne et overordnet bilde av satsinger (jf. Bugge og Isaksen 2007).

På bakgrunn av det foregående, er siktemålet i dette kapitlet å se hvordan kulturarven brukes som instrument for næringsutvikling/ økonomisk utvikling i de fire casebyene, med vekt på *hvilke* kulturminner/-miljøer som brukes og *hvorfor*. Videre fokuseres det på *hvordan* dette arbeidet er organisert, *hvem* som er sentrale aktører og pådrivere og på samarbeidsformer. Vi ønsker også å undersøke om det er noen politiske skillelinjer i synet på bruk av kulturarven, samt peke på noen utfordringer byer som bruker, eller ønsker å bruke, kulturarven som instrument i næringsutvikling står overfor. Vi har ikke innhentet tall for hvilke inntekter som kulturarven genererer i de fire byene. Det har heller ikke vært et siktemål i prosjektet. Som det illustreres i innledningen, hefter det seg i mange tilfeller også stor usikkerhet med å avgrense inntekter fra kulturarven isolert fra andre aktiviteter, selv om det selvsagt ikke er umulig å beregne inntekter av deler av kulturarven (besøksstall på museer og liknende).

I denne delen av prosjektet har formålet vært å undersøke hvordan og hvorfor ”næringstenkningen” gjør seg gjeldende i de fire byene, basert på intervjuer med politikere og planleggere.

## 4.2 Hvilke kulturminner/-miljøer og aktiviteter brukes som instrument for næringsutvikling/økonomisk utvikling?

### 4.2.1 Innledning

Både i Norge og internasjonalt er spekteret av hva som inngår i ”kulturarvindustrien” bredt. Ofte inntar moderne kulturaktiviteter gamle industribygninger, der en ”rufsete innpakning” av kunst og kultur, kafeer og spisesteder, har vist seg å være en suksessfull byutviklingsstrategi internasjonalt og nasjonalt (snarere enn å ”rive røkla”).<sup>2</sup> Willim (2002) bruker betegnelsen ”Industrial Cool” om ”resirkulerte fabrikker” som inntas av kulturinstitusjoner av ulikt slag. Eksempler er Tate Modern i London og BALTIC art-factory i Gateshead. I disse eksemplene er utstyr som er brukt i de opprinnelige industrivirksomhetene (kraftstasjon og mølle) tatt vare på og omgjort til skulpturelle trekk:

thus emphasizing stylish elements of industrial architecture. Coolness is here conveyed through distance, in that they represent something of the past (Willim 2002:8).

Kulturarvindustrien omfatter også hendelser, byhistorier, festivaler og historiske spel, som kan utspille seg i kulturhistoriske omgivelser eller i andre sammenhenger. Dette utdypes i kapittel 3. I det følgende rettes blikket mot de fire byene i dette prosjektet, der kulturarven i form av industrielle spor og hendelser og spor betraktes som ressurser i byutviklingen.

### 4.2.2 Fredrikstad: Gamlebyen, sjøfart og industri

a) I Fredrikstad er *kystkulturen og sjøfartshistorien*, blant annet knyttet til seilskutetradisjonen, en viktig del av byens historie og identitet, og som også brukes i profilering utad. Da byen var vertskap for arrangementet ”Tall Ships Race” i 2005 besøkte om lag 150.000

---

<sup>2</sup> I Norge startet denne utviklingen på 1980-tallet og skjøt for alvor fart utover på 2000-tallet.

menneskerangementet, og de besøkende la igjen rundt 20.millioner kroner.

b) *Industriområdet Værste*, der Fredrikstad Mekaniske Verksted holdt til, er kommunens viktigste utviklingsområde; byens ”indreilet”, som det ble sagt, der verdiskapingen i stor grad vil skje. ”*Et spennende område i skjæringspunktet mellom industri og sjø*”, var beskrivelsen en politiker brukte. Det må understrekes at de industrielle sporene som er igjen ikke er så mange, da en del industrihaller og andre spor fra aktivitetene på verftet er fjernet. Kulturnæringene/opplevelsesnæringer/kompetansepregete næringer er/blir viktige på Værste, slik det blant annet understrekes av politikere og representanter for kommunens administrasjon. Hittil er det etablert utdanningsinstitusjoner (som deler av Høgskolen i Østfold, som omfatter helse- og sosialfag, akademi for scenekunst og KOWI (ingeniørfirma) og mediepark. Medieparken er viktig i den totale strategien på Værste både når det gjelder å tilføre kvaliteter til området og for byen (ifølge flere informanter). Høyskolemiljøene og andre fagmiljøer kan trolig gjøre det attraktivt å bosette seg i byen for folk med høyere utdanning. Begivenhetene på stadion, ikke bare fotball men også konserter, vil også trekke folk, ble det understreket. Det anses som viktig å ta vare på spor av industrihistorien, og samtidig tilføre noe nytt og moderne til området. For eksempel kan ”lettere” industri og næringsutvikling samt kafeer og restauranter tilpasses boligområdene, ble det påpekt.

c) *Gamlebyen* er, med sine kultur- og kunstaktiviteter, en innarbeidet ”merkevare” i Fredrikstad, og oppsøkes både av byens befolkning og tilreisende. Kombinasjon av kulturminner (Gamlebyen er en godt bevart festningsby) og levende bysamfunn gjør ifølge informantene Gamlebyen til et unikt sted. Det ble understreket at det er viktig at Gamlebyen ikke tappes for kunstnere gjennom utviklingen på Værste, det vil si at det flyttes aktiviteter fra Gamlebyen til Værste. Det må være plass til kulturaktiviteter (blant annet som grunnlag for næringsutvikling) begge steder, ble det understreket.

Militærhistorien i tilknytning til Gamlebyen er også en viktig del av Fredrikstads historie, og som trekker besøkende fra (spesielt) Tyskland og Nederland. Mange gamle militærbygninger er nylig blitt forlatt, og representerer ressurser som kan benyttes til ulike

formål. Det er laget en dvd/dc som markedsfører historien knyttet til Gamlebyen, som heter ”The Fortified Town of Fredrikstad”. En historisk gruppe deltar i arrangementer og går foran i byens 17.-maitog og brukes av kommunen i ulike gateparader.

I regi av ”Opplev Fredrikstad” har man hatt kampanjer med sikte på å tiltrekke seg nye innbyggere. I Fredrikstad samarbeider man over grensen (til Sverige) gjennom Interreg. og andre kanaler, noe som fremheves som en viktig måte å synliggjøre kulturarven på, og som også kan bidra til å vekke interessen for kulturarven for et bredere publikum enn det lokale. Det understrekes at det er økt forståelse for kulturnæringene, både kulturhistorien og samtidskultur, i kommunen (inkludert hos politikere).

Kulturarv er veldig tungt inne i Fredrikstad som arrangementsby/opplevelsesby, understreket en informant fra administrasjonen.

### 4.3 Arendal: Seilskuter, byspill og industri

a) Også Arendal har tradisjoner tilbake til *seilskutetradisjonen og en internasjonal orientering* relatert til denne. Byen var Nord-Europas rikeste skipsby på slutten 1700-tallet og første halvdel av 1800-tallet. Et viktig innslag i seilskutetradisjonen er skuta ”Boy Leslie”, som kom til Arendal i 1878. Den ligger i Pollen, der det også er andre seilskuter. Disse utgjør en viktig del av bybildet. Denne kulturhistorien kobles til dagens utvikling av høykompetansenæring innenfor det teknologiske, maritime feltet, og som innebærer rekruttering av folk med høy kompetanse innenfor ingeniørfeltet. Dette er folk som ikke bare er opptatt av å ha en interessant jobb, men som også ønsker også et variert kulturtilbud og er interessert byens identitet og historie, ble det påpekt.

b) Byspillet *Kjæmpestaden* (navnet ble en ironisk betegnelse på byen etter krakket på slutten av 1800-tallet), er et urbant spill der folk ikler seg drakter fra 1800-tallet. Det har pågått i fire-fem år, og er etter hvert blitt et stort arrangement (drevet fram i et samarbeid mellom handelsstanden, kommunen og Nordisk Informasjonskontor). Næringslivet, blant annet tilknyttet de nevnte maritime og teknologiske næringene, treffes i forbindelse med dette arrangementet, og bruker også kultur og maritime festivaler i merkevarebyggingen. I tillegg til hva det betyr av opplevelser for

dem som deltar, har det også økonomiske ringvirkninger (for eksempel utvikling av lokal sømvirksomhet knyttet til kostymer og handel og andre avledete aktiviteter). Se ellers i kapittel 3 om byspillet.

c) *Industrihistorien* knyttet til gruvedrift er også et satsingsområde. Torbjørnsrud gruver, der det var mye ren malm, ligger ved siden av Bomuldsfabrikken, som er et viktig galleri med samtidskunst og som holder til i en gammel fabrikkbygning i gåavstand fra sentrum. Det er planer om å utvikle dette området ytterligere i fremtiden, blant annet med konserter i gruva og skuespill på plassen utenfor galleriet. Fabrikken og gruva kan forene samtidskunst med lokall historie. *"Vi får alltid høre at det er en perle, når folk utenfra kommer dit på åpninger"*, fremholdt en informant (fra administrasjonen i kommunen).

d) *Bymusèet Kløchers bus* fungerer som et fellessted for alle de lokale historielagene, der det også arrangeres kulturlunsjer med historiske foredrag. Kulturlunsjene er populære tiltak, ble det påpekt.

e) I privat eie finnes også Nord-Europas best bevarte skipsverft i Arendal (på Tromøya). Eieren arrangerer omvisninger og serverer fiskesuppe. *"Det er topp i en "opplevelsessammenheng"*, ble det understreket (av samme informant som over).

f) Torungen fyr er istandsatt, og under festivalen Canal Street Jazz er det utfart fra Pollen til Torungen: *"Det er viktig å bruke kulturhistoriske arenaer som musikkarenaer"*, fremholdt informanten, som forteller om konserter på Torungen: *"de frakter gjerne et flygel dit ut"*.

Et annet prosjekt er den gamle Frikirken, som er i privat eie, og fungerer som et kulturhus med konserter og bar. Det anses som viktig å bevare det som kirke (bygningmessig), blant annet fordi det historisk har vært mange dissentermenigheter i byen som på Sørlandet, og som utgjør en del av Arendals kulturhistorie. Det er viktig også å beholde Frikirken som et kultursted, ble det understreket.

Byens "monumentale" sentrum, preget av kirken, torget og bygningene, samt Pollen, Tyholmen og den sjønære bebyggelsen, representerer kvaliteter for byens befolkning og er også populære områder for besøkende, men blant andre gårdeierforeningen er

opptatt av også å få flere handelsbesøkende til Arendal, noe som kan gi mer liv til sentrum og bringe inntekter.

#### 4.4 Ålesund: Jugendstilhistorien, fiskeri og skipsfart

a) I Ålesund er det i særlig grad *Jugendstilhistorien* som er grunnlag for næringsutvikling (spesielt knyttet til reiseliv). Det kommer årlig mange turister gjennom cruiseskip for å se på Nord-Europas største samling av Jugendbygninger.

*"Næringsaktører bruker Jugendstilhistorien for alt hva den er verdt, for eksempel i markedsføring"*, uttrykte en av informantene (politiker, Frp). Litt ulike syn på hvordan Jugendstilhistorien tas vare på, men en informant (politiker, H) mente at man har klart å få til en balanse mellom bevaring og utvikling på en tilfredsstillende måte (se ellers senere i kapitlet om politiske skillelinjer knyttet til ivaretagelse av denne bebyggelsen). Ideen om senteret ble lansert på et valgkampmøte i SV (av Theo Koritzinsky) i 1991, der man diskuterte hvordan man kunne utnytte kulturarven, der også dens egenverdi/kjerneverdi ble diskutert. Fra 1998 ble Jugendstilsenteret en del av et internasjonalt nettverk av Art Nouveau byer, som, i tillegg til Ålesund, består av byene Glasgow, Wien, Brussel, Nancy, Barcelona, Riga, Ljubljana og Palermo. De arrangerer blant annet symposier.

b) *Også fiskeri-, skipsfarts- og handelstradisjonene* (fra spansketiden) er en viktig del av byens kulturarv, og som også gir grunnlag for næringsutvikling. Det er blant annet arrangert matfestivaler, som livner opp Jugendbyen, som det ble sagt. Ålesund ønsker å profilere seg som Norges fiskerihovedstad, og fiskebåter av ulike størrelser preger fremdeles bybildet. Også båtfestivalen Cutty Sark nevnes som en del av kulturarven og som utgjør en næringsmessig ressurs.

#### 4.5 Narvik: Rallarhistorien og industri

I Narvik er industrihistorien en viktig del av Narviks kulturhistorie og identitet, slik også informantene understreker.

a) *Rallarhistorien og Svarta Bjørn* er sentrale deler av denne historien, og som festivalen Vinterfestuka er bygget opp rundt. Vinterfestuka er en viktig aktivitet i byen; da ”koker” hele byen, som det ble sagt. Selv om det fortsatt er flest fra lokalbefolkningen som deltar, inviterer næringslivet gjester (andre næringsaktører), og festivalen har i løpet av de senere årene blitt utvidet blant annet til å omfatte konferanser, som Svarta Bjørn konferansen. Det betyr at festivalen også er viktig sett fra et økonomisk perspektiv, ved at det legges igjen penger på ulike arrangementer, og genererer inntekter i avledete aktiviteter (serverings- og overnattingssteder og i handelsnæringene, for å nevne noe). Det er også samarbeid med Kiruna og rallarhistorien, der de har tilsvarende arrangementer. Svarta Bjørn-marsjen er et arrangement som formidler byens kulturhistorie, og forbindelsen med Sverige og industrihistorien knyttet til LKAB. Se ellers andre deler av rapporten om dette.

b) Utviklingsområdet ”*Trekanten*” inneholder bygninger og andre spor etter industrivirksomheten som ikke lenger er i drift på LKAB. Fra begynnelsen av 2000-tallet har det vært en ambisjon å ta vare på mest mulig av denne historien, og ta i bruk industrihaller og frigitte områder til nye, kulturbaserte, aktiviteter, og gjøre området attraktivt for lokalbefolkningen og besøkende. Det har blant annet vært utarbeidet et kulturoppfølgingsprogram med sikte på å realisere kulturambisjonene for området (se senere i kapitlet om utfordringer knyttet til realiseringen av disse ambisjonene).

c) Det foreligger en del planer om å ta i bruk industrihistorien, blant annet gjennom deltakelse i det nasjonale nettverket ”*Reiseliv i industriens vugge*”. Målet er å utvikle reiseliv som en komplementær næring i industrisamfunn som har naturgitte og historiske forutsetninger for dette, og som antas å ha potensialer i et internasjonalt markedsperspektiv (som det heter i en pressemelding om nettverket). Destinasjon Narvik AS deltar i prosjektet sammen med Narvik Kommune, LO i Ofoten, Hurtigruten ASA, Stiftelsen Vinterfestuka, Ofoten Museum, NHO Reiseliv region Nord; Jernbaneverket, Futurum og Narvikgården AS.

d) *Krigshistorien* er også en viktig del av Narviks historie. Men det er en ”utdøende” historie; det kommer for eksempel ikke mange til Narvik som var der under krigen, eller andre som driver med ”krigsturisme”. Man orienterer seg mer mot fred, men samtidig er det viktig med det historiefortellende knyttet til krigen: ”*det har*



*skjedd og det skal vi ta vare på*”, som en informant påpekte (politiker, H).

## 4.6 Sammenfatning

Som det fremkommer i det forekommende er det et vidt spekter av kulturarvaktiviteter som finner sted i de fire byene. *Kystkulturen* har en viktig plass i flere av dem, knyttet til handels- og sjøfartshistorien. Seilskuter utgjør i Arendal et synlig uttrykk for disse tradisjonene. Også *industriområdene* i Fredrikstad og Narvik er sjønære, da både skipsbygging og utskipping av jernmalm forutsatte nærhet til sjøen og gode havneforhold: *”Et spennende område i skjæringsfeltet mellom industri og sjø”* er en betegnelse som ble brukt om Værste i Fredrikstad. Det er bred enighet blant politikere og i administrasjonen i byene om betydningen av å ta vare på historiske spor, og samtidig tilføre noe nytt og moderne i områder der industrien enten omstruktureres (som i Narvik) eller nedlegges (som i Fredrikstad). *Jugendbyen* i Ålesund er en innarbeidet merkevare som ingen ønsker å fjerne, selv om det er litt ulike syn på om man tar godt nok vare på denne kulturarven, og når det gjelder hva som bør være tillatt/ikke tillatt av inngrep i jugendbygningene. Ingen av våre informanter ønsker at byene skal fremstå som museumsbyer der ingenting skjer av nyskaping og utvikling.

I det følgende rettes oppmerksomheten mot *hvorfor* kulturarven brukes som økonomisk og næringsmessig ressurs.

## 4.7 Hvorfor brukes kulturarven i forbindelse med næringsutvikling/ økonomisk utvikling i norske byer?

Alle tenker samme prosjekt: ”ny næringsvirksomhet og voksende opplevelsesnæringer” (informant, Fredrikstad).

### 4.7.1 Innledning

Som nevnt i innledningen til kapitlet er det blitt stadig mer vanlig å bruke kulturarven som formål for å tiltrekke seg nye innbyggere, næringer og besøkende og for å markere seg i by- og steds-konkurransen. Det gjelder for eksempel i byer og tettsteder som gjennomgår prosesser som innebærer at industriarbeidsplasser legges ned, og større, ofte sentralt beliggende, arealer frigis til andre formål. Denne situasjonsbeskrivelsen gjelder til dels også for de fire casebyene, spesielt Fredrikstad og Narvik.

Når kulturarven relateres til næringsutvikling er det i mange tilfeller knyttet til turisme, det vil si kulturturisme.<sup>3</sup> I en svensk studie (Weissglas, Paju, Westin og Danell (2002) heter det at kultur-turisme, inkludert kulturarv, er en økende tendens i Sverige, og i UNESCO-dokumentet "Vårt skapende mangfold" (1996) heter det blant annet:

Stadig flere blir oppmerksomme på kulturarvens betydning for turistnæringen. Symbiosen mellom turisme og kulturarv er tydelig overalt, og har gitt opphav til en "kulturarvindustri". Også andre studier bekrefter denne utviklingen: urban regeneration has become a growth industry in itself ... derelict industrial sites have been turned into heritage parks, old canals and waterfronts with warehouses have become cultural centres, restaurant and housing areas (McNeil og White 2001:298).

Også i Norge spiller kulturdimensjonen en viktig rolle i reiselivssammenheng:

I svært mange sammenhenger er kulturelle aspekter ved turistområdenes fortid og samtid gjenstand for stor interesse og oppmerksomhet. Turister er ofte på leting etter lokale særpreg, og alle symboler som knytter an til det som er lokalt eller regional forankret,

---

<sup>3</sup> Ifølge NUTEK (1997) kan kulturturisme beskrives som turisme som bygger på lokale og regionale kulturelle forutsetninger. Videre er kulturturismen i større eller mindre grad avhengig av tiltak av typen enkelstående eller vedvarende kulturaktiviteter, institusjonell eller ikke institusjonell kulturvirksomhet samt kulturmiljøskjødsel.

er derfor viktige for følelsen av å være på et genuint sted (Haukeland 2001).

Det som fremheves som kvaliteter for dem som besøker byene, som lokalt særpreg, interessante urbane omgivelser og et bredt tilbud av kulturaktiviteter, representerer også kvaliteter for stedenes innbyggere (jf. Parkerson og Saunders, 2005).

Formålene kan også være andre eller flere enn reiselivsrelaterte, noe som våre studier i de fire byene også viser. De fire casebyene har visjoner og ideer om hvordan kulturarven kan brukes som ressurs, og hvorfor. Disse er blant annet nedfelt i offentlige dokumenter som kommuneplaner og i forsknings- og utredningsrapporter. Slike dokumenter gir innsikt i kommunal tenkning omkring kulturarven som instrument for økonomisk utvikling, slik også intervjuer med aktører fra politikk og forvaltningen i kommunene gjør.

#### 4.7.2 Fredrikstad

I Fredrikstad er som tidligere nevnt området Værste kommunens viktigste byutviklingsmessige innsatsområde. Formålene er å tiltrekke seg næringer, utdanningsinstitusjoner og flere (ressursterke) innbyggere. Utdanningsnivået i Fredrikstad er gjennomgående lavt, og derfor er det ønskelig å gjøre seg attraktiv for folk med høyere utdanning i aldersgruppen 25-45 år, og som ønsker et variert kultur- og opplevelsestilbud som både Værste og byen for øvrig antas å kunne tilby. Slik presenteres for eksempel mulighetene som ligger i utviklingen av området på kommunens hjemmeside (utdrag):

Lokale investorer ser muligheter til vekst i  
høyt teknologisk industri kombinert med boliger og  
rekreasjon

Under avsnittet ”kulturarv og næringsutvikling” vises det blant annet til St.meld nr. 16 (2004-2005) *Leve med kulturminner*, som peker på de muligheter for verdiskaping som knytter seg til kulturminner. Verdiskaping er altså et sentralt formål med kulturarvarbeidet, der kulturminneplanen bør legge føringer og rammer for bruk av kulturminnene i reiselivssammenheng, som

det sies på kommunens hjemmeside. En informant (fra administrasjonen i kommunen) sier det slik:

Historiske verdier er omsettbare verdier. Alle tenker samme prosjekt: ny næringsvirksomhet og voksende opplevelsesnæringer

### 4.7.3 Arendal

Også i Arendal er man opptatt av det økonomiske/næringsmessige potensialet som ligger i kulturarven, og den tenkningen går på tvers av ulike politiske partier, ble det understreket. Ved å gjøre historien kjent, og kanskje i ny ”innpakning”, kan det bidra til mer interesse og nysgjerrighet for det som skjer i Arendal. Det kan gjøre det mer interessant både å besøke og bosette seg i byen, ble det understreket. Et viktig utgangspunkt i byutviklingstenkningen er å bevare byens særpreg, blant annet knyttet til bebyggelsen. Man er også opptatt av å få utflyttete bysbarn, for eksempel kunstnere, tilbake til byen; altså personer som antas å kunne bidra til ny giv i kunst- og kulturlivet. *Samfunnsbyggingsprosjektet*, som ble igangsatt i 2004, har hovedfokus på vekst og utvikling i Arendalsregionen, og gjennom en bred involvering av kommunepolitikere, kommunalt ansatte, næringsliv og organisasjonsliv ønsket man å rette oppmerksomheten mot områder som kan sette kommuneplanens visjoner om til praktisk handling (kilde: Agderforskning 2006). Samfunnsbyggingsprosjektet omfatter en rekke temaer, blant annet Levende Historie. I en rapport fra prosjektet (Litangen 2006), understrekes det blant annet at kulturarven representerer viktige næringsmessige ressurser og det er derfor viktig å styrke satsingen (kompetanseoppbygging) på kulturarv som næring. Det sies blant annet i rapporten (side 10) at dersom landsdelen arbeider systematisk og utadrettet med oppgaver innenfor kultur og utvikling, vil dette bidra til ytterligere åpning av landsdelen og det vil antakelig påvirke landsdelens omdømme i positiv forstand. Et viktig formål var å starte en prosess som kunne forsterke byens identitet og utvikle et tungt opplevelsesprodukt, med et ben i den såkalte opplevelsesøkonomien, som det heter i rapporten. Richard Floridas tenkning om potensialet i de kreative klasser brukes som inspirasjon i byutviklingen i Arendal, ifølge rapporten. Det må samtidig påpekes at politikere og andre informanter primært var opptatt av næringsutvikling uansett felt, dernest kultur som næring,

mens kulturarven ikke var like mye vektlagt (dette bildet er ikke noe som er enestående for Arendal, men pekte seg i noe større grad ut der).

#### 4.7.4 Ålesund

I Ålesund er det som nevnt spesielt Jugendstilhistorien som utnyttes aktivt i forhold til turisme og reiseliv. Det å få flere cruiseturister og andre tilreisende til å stoppe opp i byen er viktig, ifølge informantene. *Jugendbyen er en kjemperessurs i byen*, ble det understreket. Men det er også en rik næringshistorie knyttet til fiskeriene som utgjør en viktig ressurs når det gjelder å trekke til seg besøkende. På Norsk Kulturarvs årsmøte i Ålesund i juli 2008 ble betydningen av å verne kulturarven gjennom praktisk og aktiv bruk understreket, og at det i hovedsak dreide seg om næringsutvikling med utgangspunkt i kulturarvverdier. Selv om dette ikke var spesielt myntet på Ålesund, er koblingen til Jugendbyen nærliggende, som også ordføreren i byen trakk linjene til (se [www.kulturarv.no](http://www.kulturarv.no)).

#### 4.7.5 Narvik

I likhet med i de andre byene er profilering og merkevarebygging av kulturarven knyttet til å tiltrekke seg nye innbyggere, tilreisende og næringer et viktig formål også i Narvik, spesielt knyttet til industrihistorien (blant annet gjennom Vinterfestuka). Gjennom etablering av Nord-Norsk Fredssenter ønsker kommunen også å markedsføre seg som fredsby.

#### 4.7.6 Sammenfatning

Satsing på reiseliv og annet som inngår i ”opplevelsesindustrien” er sentralt i de fire byene, selv om det til dels dreier seg mer om intensjoner enn noe som foregår i større omfang. I Ålesund er det først og fremst Jugendbyen som betraktes som en viktig ressurs når det gjelder å tiltrekke seg besøkende. I Fredrikstad er Gamlebyen den viktigste attraksjonen, mens de andre byene ikke i like stor grad har attraksjoner som peker seg ut som interessante for et større publikum, selv om de kan være interessante nok for et lokalt eller regionalt publikum. Byer, som i tillegg til å ha en interessant kulturarv å vise til, kan tilby arbeidsplasser for høyt

utdannede mennesker, et rikt kulturliv og et levende byliv, kan være attraktive for tilflyttere, besøkende og for næringsetablering. Spesielt byene Fredrikstad og Arendal satser på å tilrettelegge for arbeidsplasser som er attraktive for folk tilhørende den såkalte ”kreative klassen” (jf. Richard Florida). I Arendal har Samfunnsbyggingsprosjektet vært viktig for å systematisere tenkning om kulturarens potensialer for økonomisk vekst og næringsutvikling.

## 4.8 Aktører, organisering, prosess og samarbeid

### 4.8.1 Innledning

Planer og visjoner er viktige nok, men uten noen til å realisere planene blir de gjerne liggende å støve ned i kommunale skuffer. Derfor er de fire punktene som er nevnt i tittelen over sentrale. Det betyr at samarbeid mellom kommunale og private aktører, og på tvers av kommunale sektorer, er viktig for å få realisert planer og visjoner. Både sosial og politisk kapital er nødvendig for å gå fra ideer til handling (jf. Innes med flere 1994). Dette er tema i det følgende.

### 4.8.2 Fredrikstad

I Fredrikstad er kultur- og næring organisert sammen, med bakgrunn i en forståelse av at disse temaene hører nært sammen. Utviklingen av Værsteområdet brukes som eksempel på nytten av å se kultur- og næringsutvikling i sammenheng. I dette området har man vært opptatt av å etablere klynger med flere ulike type næringsvirksomheter, blant annet knyttet til film og media og andre opplevelsesnæringer, med tanke på mulige synergieffekter. Klyngedannelsen rakna litt, nå er det flere småbedrifter, ble det påpekt av en informant (fra administrasjonen). Utviklingsdirektøren har vært veldig opptatt av å få inn kunstnere og kulturaktiviteter på Værste. Fredrikstad er også med i et kulturnettverk der de 10 største byene i landet deltar. Disse møtes for strategitenkning, blant annet i de to europeiske kulturhovedstedene Stavanger og Liverpool. Tidligere har man hatt et 3-årig Interreg-prosjekt, der formålet var å synliggjøre 1700-tallets historie

gjennom teaterforestillinger og annet. Dette videreføres i samarbeid med museet, gjennom utviklingsmidler fra kommunen og fylkeskommunen.

En sentral aktør i byutviklingen i Fredrikstad er Fredrikstad Uvikling (FU), som er et frittstående nettverk med medlemmer fra næringslivet (handelsstanden og ulike bedrifter). Ordfører, leder for kultur- og næringsseksjonen og leder for næringsseksjonen er observatører i styret.

Arkitektkontoret Griff har hatt en sentral rolle i forbindelse med utbyggingen av Fredrikstad stadion, og har også laget scenarier om hva man vil med Værste. Investorer og eiendomsutviklere er sentrale aktører i forbindelse med utbyggingen på Værste: Næringslivet investerer mer i Fredrikstad Fotballklubb/stadion enn i disse kulturtingene, men det er mange mindre kulturaktører i kulturlivet som prøver å få dette som delvis levebrød (hevdet en informant fra administrasjonen.)

Kommunen er ikke tomteeier på Værste, men har indirekte innflytelse over utviklingen som aksjonær i Energiverket, som er en av hovedaktørene i utbyggingen. Politisk var det enighet om utviklingen av Værste-området og hva slags strategier og grep en skulle legge seg på, påpekte en politiker (Frp). Man var opptatt av rekkefølgen, innhold og ta den tid som trengs og ikke forhaste seg.

Sentrale aktører/instanser i forbindelse med Gamlebyen er Fredrikstad museum, Riksantikvaren og Forsvarsmuseet. Det ble understreket at samarbeidet mellom ulike aktører i /om Gamlebyen hadde fungert godt (politiker, Frp).

I Arendal og Ålesund, har man ikke, som i Fredrikstad og til dels i Narvik, et større industrihistorisk utviklingsområde som kan fylles med nye aktiviteter, og som involverer mange aktører og planleggingsgrep.

### 4.8.3 Arendal

I Arendal er det en del ”småskala”-pregete prosjekter, ofte i tilknytning til museer og gallerier som formidler byens kulturarv. Sentrale aktører er tilknyttet institusjoner som Aust-Agder Kulturhistoriske Senter (AAKS), Bomuldsfabriken og Kløckers

Hus. Enkelte informanter mente imidlertid at det var for lite samhandling mellom AAKS og kulturinstitusjonene i Arendal, og at senteret lever litt sitt eget liv. Samfunnsbyggingsprosjektet (se omtale tidligere i kapitlet) er et samarbeid mellom offentlige og private aktører. En informant fra administrasjonen beskrev det som en mingling mellom kommunen, næringsliv og organisasjonsliv.

Samfunnsbygging gjennom partnerskap anses som viktig for å få realisert prosjekter som "Kjæmpestaden". Ifølge våre informanter var det i begynnelsen en sterk allianse mellom næringsliv og administrasjonen, mens politikerne var mer på sidelinja, men støttet prosjektet. *"Det er viktig med tidlig politisk forankring"*, understreket en informant fra administrasjonen. Det ble derfor nedsatt et kommuneplanutvalg umiddelbart etter forrige valg der alle partier var representert. Det er meningen at prosjektene under paraplyen Samfunnsbyggingsprosjektet skal være selvgående, det vil si at kommunen ikke skal drive alle prosjektene. Næringslivet tar over noen, fylkeskommunen andre. Kjæmpestaden er i dag en stiftelse. Samarbeid i form av partnerskap mellom kommunen og private aktører, fra sivilsamfunnet og næringslivet, vurderes av flere informanter som en nødvendighet, da kommunen ikke har muligheter til å finansiere alle kulturaktiviteter som foregår i byene.

I likhet med de andre byene har Arendal mange ildsjeler tilnyttet til historielag (eller andre kulturhistoriske lag og foreninger), men som regel er de lite direkte involvert i byutvikling eller i næringsutvikling knyttet til kulturarven. Velforeninger er i en del tilfeller engasjert i kulturhistorien, da gjerne knyttet til bestemte saker i sine områder. I Arendal har de vært sterkt engasjert i utbyggingsplanene (moderne bebyggelse) i området Barbu, der siktemålet til Velforeningen har vært å ta vare på den eksisterende bebyggelsen. Ofte kan enkeltpersoner med stort nettverk og engasjement være viktige "ambassadører" for kulturarven. For å få til samarbeid er man avhengig av å finne de rette personene, ble det understreket: *"Her i byen er de så heldige at de har folk fra næringslivet som er interessert i kunst og kultur"* (informant fra kommunens administrasjon).

#### 4.8.4 Ålesund

I Ålesund er Jugenstilsenteret en sentral aktør blant annet når det gjelder dokumentasjon og informasjon om Jugendstilhistorien, og



som deltaker i det internasjonale nettverket av Jugendbyer. Reiselivsnæringen er sentral i markedsføring av Jugendstilbyen, og en av informantene mente reiselivsaktørene i byen var blitt mer ”vernevennlige”, fordi de har skjønt at kulturhistorien selger (politiker, H). I følge flere av informantene domineres byutviklingen i Ålesund av en håndfull aktører fra næringsliv og utbyggersiden. Noen omtaler dette i kritiske ordelag som en maktstruktur/-allianse (”Herreklubb”) der også utvalgte politikere er med, og som i praksis har hånd om de viktigste beslutningene i byen, for eksempel relatert til havneutbygging. Andre omtalte dette i mer nøytrale/positive vendinger, for eksempel at det er aktører med makt og myndighet til å få til aktiviteter, uten at det er noen store allianser (politiker, H). Allianser av denne typen betegnes innenfor partnerskapslitteraturen for ”Selskapsklubber”; en type ”føydale hoff”, der celebriteter møtes og snakker sammen under trivelige omgivelser. Slike representative tilstelninger kan markere status og kultivere omgangsformer og fasade (Arbo 2002). Ifølge Arbo blir slike partnerskap en avart av Rotary og liknende organisasjoner (se nærmere om partnerskap senere i kapitlet). Hvordan disse aktørene/nettverket arbeider når det gjelder å bruke Jugendstilhistorien eller andre deler av kulturarven som ressurs i markedsføring av Ålesund, har vi ikke empirisk grunnlag for å mene noe om. Heller ikke hvordan lokale maktstrukturer opererer i byutvikling generelt har det vært rom for å gå nærmere inn på i dette prosjektet.

I likhet med i de andre byene, finnes det også i Ålesund flere enkeltpersoner/nøkkelaktører/ildsjeler som er viktige ambassadører for byen og dens historie.

#### 4.8.5 Narvik

Som tidligere nevnt er Narvikgården A/S og Havnefronten Narvik AS sentrale aktører i byutviklingen. Et annet selskap er Futurum A/S, som er et næringsutviklingselskap i Narvikregionen (der kommunen eier 24 prosent av aksjene). Oppgavene til selskapet er blant annet å arbeide med næringsutvikling med fokus på nyskappingsprosjekter og profilering. Destinasjon Narvik er et underselskap av Futurum, og jobber med reiselivsindustrien og hvordan kulturarven kan brukes som ressurs. LKAB er den

sentrale aktøren knyttet til industrivirksomheten i de delene av industriområdet som ikke er solgt.

Næringslivet er sentral i forbindelse med Vinterfestuka, og Nordland Røde Kors Krigsmuseum og Nord-Norsk Fredssenter er viktige aktører når det gjelder synliggjøring av og informasjon om krigshistorien. Enkelte informanter mente imidlertid det var for lite tenkning rundt hvilke aktiviteter senteret skal fylles med, og hvordan det skal utvikles.

En annen sentral aktør er Narvik Havn KF (eid av kommunen). Også i andre byer (som i Ålesund) er havnemyndighetene en viktig maktfaktor i byutviklingen. Narvik Havn samarbeider med de andre selskapene som er nevnt i forbindelse med næringsutvikling.

Det synes som at utbyggingselskaper, som de nevnte, er de viktigste premissleverandørene i byutviklingen i Narvik kommune, eller kommunens forlengete arm, om en velger å se det slik.

Det kom fra flere (i kommunens administrasjon) noe kritikk av den sentrale rollen konsulenter og ulike selskaper har i utviklingen av Narvik. Det ble blant annet påpekt at bemanningen i kommunen bygges ned, at kommunen mangler en sterk plangruppe, mens andre aktører får en for stor plass, og det fører ifølge informanter fra forvaltning og politikk (spesielt politikere fra SV) til rolleklarhet med hensyn til hvem som har ansvar og legger premisser i byutviklingen. Det ble også nevnt som et problem at planer tilsidesettes og at kommunen er liberal når det gjelder å gi dispensasjoner: ”*Det er mye dispensasjoner, så det er ingen vits med planer*”, uttalte en informant fra administrasjonen, som mente at planforståelsen blant politikere er mangelfull. Flere administrativt ansatte var kritiske til nedbyggingen av plankompetansen i kommunen.

## 4.9 Partnerskap

Større byutviklingstiltak gjennomføres i økende grad i form av spleiselag (eller partnerskap) mellom offentlige myndigheter, nærings- og kulturliv og det sivile samfunnet (som kan være lag og foreninger). Tanken er at man i fellesskap oppnår mer enn hver især gjør uten samarbeid, og at det muliggjør realisering av tiltak som ellers ikke ville sett dagens lys. Muligheten for å styre

byutviklingen hierarkisk er vanskelig i moderne og komplekse samfunn, og effektive løsninger krever stadig oftere forpliktende samarbeidsformer mellom sentrale aktører, hvor partnerskapsformen peker seg ut som en egnet samarbeidsform.

Et hovedpunkt er at partnerskapsformen bryter med det gamle mønsteret der privat og offentlig sektor opererer på armlengdes avstand. Gjennom partnerskap skapes det nye møteplasser og samhandlingsarenaer, og hvor et siktemål er å fremme dialog og tillit mellom selvstendige og uavhengige parter (Arbo 2002). Samarbeidet antas dessuten å stimulere til nytenkning og kreativitet, noe som gir økt beredskap for forandring. Med en deling av ansvar og risiko, blir det også mulig å ta større løft i fellesskap.

### **Forutsetninger for å få til samarbeid gjennom partnerskap**

- Tillit mellom partene
- Ansvarlighet mellom partene
- Åpenhet i forhold til andres oppfatninger og ideer
- tidlige avklaringer
- Langsiktige rammevilkår
- Kommunen må være med på laget
- Deltakerne må ha noe å vinne på samarbeidet

Nesje, Jeppesen og Røed (2006) bruker Samfunnsbyggingsprosjektet i Arendal som eksempel på hvordan nettverk bestående av aktører fra offentlig og privat sektor mobiliseres i partnerskap for utvikling i en region eller på et sted. Som det sies i rapporten, er bakgrunnen for den utbredelsen partnerskapsmodellene har fått, en erkjennelse av at utvikling på et sted eller en region ikke er noe en enkelt partner kan vedta. Forfatterne understreker, med henvisning til Fimreite med flere (2005), at det ikke er noe nytt at offentlig og privat virksomhet og det frivillige organisasjonslivet samarbeider, men at det er det blitt økt bruk av partnerskap og nettverk i planleggings- og utviklingsarbeid. Økt resultatorientering innenfor offentlig sektor og fordelingen av økonomiske ressurser fra staten og presset mot dagens kommunestruktur blir sett på som viktige forklaringer for en mer utstrakt bruk av partnerskap som arbeidsmåte (Fimreite med flere 2005).

Rollene til utviklingsaktørene endrer seg også gjennom partnerskapsmodellen. Mens kommunene tidligere hadde en forestilling om full styring i planleggings- og utviklingsprosesser, har de nå mer rollen som tilrettelegger for utviklingssamarbeid mellom ulike aktører. Satt på spissen kan man si at nå handler kommunens rolle på mange måter om å få andre til å gjøre jobben (Fimreite m.fl. 2005, sitert i Nesje, Jeppesen og Røed 2006). Partnerskapsamarbeid og nettverksstyring krever også en annen politisk arbeidsmetode enn før, da man i større grad må lære seg å arbeide med og videreutvikle ideer, og i mindre grad ta stilling til ferdig utarbeidete forslag fra kommuneadministrasjonen (Nesje, Jeppesen og Røed 2006).

Nesje, Jeppesen og Røed peker også på noen demokratiutfordringer knyttet til partnerskap, for eksempel hvem som sitter med ansvaret dersom ting ikke blir realisert, eller ansvaret for at noe blir realisert ikke burde blitt det. Partnerskapsmodellen kan også innebære at politikernes muligheter til å føre en helhetlig politikk blir redusert, fordi andre aktører får tilgang til styringen av samfunnet (Fimreite m.fl. 2005). På den andre siden kan samarbeid med private aktører – markedsbaserte eller andre – gjøre det mulig å få til en mer effektiv tjenesteyting, og det kan legge til rette for en mer aktiv deltakelse fra innbyggernes side (Nesje, Jeppesen og Røed 2006).

Maktaspektet berøres også av de tre nevnte forfatterne; for eksempel at de mest aktive og taleføre aktørene i ulike nettverk gjerne er ressurssterke personer, og spørsmålet blir derfor hvem som taler de svakes sak i planleggings- og utviklingsprosesser. Dette er også sentrale temaer innenfor regimeteori (Stoker 1995), som blant dreier seg om at beslutningsprosesser preges av en rekke aktører, med ulik makt og ressurser til å påvirke beslutninger, for eksempel om hva det skal satses på av aktiviteter og hvem som skal formulere visjoner og konkrete planer etc. Evans (2005) advarer mot å ekskludere lokalbefolkningen i planleggingen, enten det dreier seg om kultur eller annet. Det er viktig å lytte til erfaringene og vurderingene til dem som skal bo i byer som gjennomgår transformasjon, påpeker Evans.

I hvilken grad og hvordan (hvor formalisert) partnerskaps-tenkningen gjør seg gjeldende og hvilke konsekvenser det har fått/får for gjennomføring av prosjekter et i de byene som er cases

i dette prosjektet har vi ikke inngående innsikt i, men det synes som at private eller halvprivate aktører i økende grad preger utviklingen i transformasjonsprosesser som på Værste i Fredrikstad og på Trekanten i Narvik og at offentlig/privat samarbeid også gjør seg gjeldende i de andre to casebyene.

## 4.10 Sammenfatning

Som det fremkommer i det foregående kan det kan være vanskelig å realisere større byutviklingsprosjekter, som Værste i Fredrikstad og Trekanten i Narvik, i offentlig regi. Spleiselag eller partnerskap mellom private aktører, hel- eller deleide kommunale selskaper og kommunen blir de nevnte. Det knytter seg imidlertid noen utfordringer til partnerskapsformer og ”outsourcing” av byutviklingsprosjekter til private aktører. Det kan for eksempel innebære at noen aktører har bedre muligheter til å fremme sine interesser enn andre (gjennom deltakelse i ulike former for partnerskap) og at kortsiktige og partikulære interesser kan vinne fram i forhold til langsiktige og overordnede hensyn. Det betyr at kommunen må ha en sentral rolle når det gjelder ivaretagelse av allmennhetens interesser/samfunnsinteresser, og tilrettelegge for medvirkning også fra dem som ikke inngår i partnerskapene.

Det må også nevnes at Historielag eller andre organisasjoner, samt lokale ”ildsjeler” er viktige i mange sammenhenger knyttet til kulturarvinteressene, for eksempel med formidling og annet informasjonsarbeid som kan vekke interesse og engasjement for kulturhistorien i befolkningen.

## 4.11 Politiske skillelinjer

### 4.11.1 Variasjon mellom de enkelte byene

Selv om det i samtlige byer synes å være stor enighet om at kulturarven representerer en ressurs også i økonomisk/næringsmessig forstand, betyr det ikke at man i et og alt er samstemte om hvor ”tungt” man skal satse på kulturarven som virkemiddel i næringsutvikling.

Det er nødvendig å være nøktern, og ha beina godt plantet i jorda med hensyn til hva man kan få til i en kommune med et inntekts- og utdanningsnivå langt under landsgjennomsnittet”, understreket en informant i Fredrikstad (politiker, H), med et lite spark til Arbeiderpartiet.

Informanten mente at AP preges av en: ”*dette* (satsing på kultur i alle avskjynginger) *må vi ta oss råd til-tenkning*”. Uenigheten dreier seg også om hvor mye det offentlige skal finansiere av tiltak. Det ble påpekt av denne informanten at det har vært litt ulike syn i byen på kultursatsinger, og at det går et skille mellom dem som mener at dette feltet må prioriteres versus dem som mener at man går for langt i ”kulturrismen”.

Men det er ikke veldige motsetninger nå, mente en planlegger i kommunen. Det er for eksempel tverrpolitisk enighet om de store linjer i utviklingen av Værste og betydningen av å ta vare på kulturhistorien og det industrielle preget, blant annet noen av kranene.

Når det gjelder utviklingen i Trekanten (Narvik) mente informanten fra SV at det var uheldig å bygge et stort kjøpesenter i området, og at man burde satse mer på kystkulturen. Ambisjonene om å satse på kulturbaserte næringer i området, samt det som ellers er nedfelt i planer og visjonsdokumenter, synes det å være tverrpolitisk enighet om (AP, H og Krf. samarbeider formelt). Et spørsmål er altså om visjonene blir realisert.

I Ålesund går skillelinjene mellom H, Fr.p, SP Tverrpolitisk liste på den ene siden og SV, AP, V, og Krf. på den andre siden når det gjelder hvordan Jugendstilbyen skal ivaretas, der de førstnevnte partiene er mer ”liberale” i den forstand at de er opptatt av å ivareta eksteriøret (”skallet”), men at det må være rom for å gjøre innvendige forandringer i bygningene, selv om det endrer det opprinnelige uttrykket:

Noen kritiserer at man tar vare på det utvendige skallet, men det var jo det som var Jugendstilen” (politiker, SP).

Det er en konstant konflikt i Bystyret angående dette, fremholdt en politiker (H).

Siden mye er blitt byttet ut opp gjennom årene, er det er vanskelig å hevde at alt skal være autentisk siden det ikke er det. Gamle bygninger er for eksempel ikke tilpasset moderne hoteldrift.

Informanter fra V og SV mente at det politiske flertallet tvert i mot var altfor liberale når det gjaldt tillatelse til forandringer.

Mye festtaler om Jugendstilbyen, men i det daglige betyr det ikke så mye, (politiker, SV).

Informanten mente at Jugendstilbyen ligger litt på vippepunktet på grunn av manglende ivaretagelse, og at også flere av deltakerne i nettverket av Art Nouveau byer var bekymret over utviklingen.

Det er nesten ingen bygninger som står igjen som ekte Jugendstilhus, og noen ønsker faktisk å bo i et slikt hus. Balanse mellom vekst og vern blir gjerne vekst”, hevdet informanten.

I Arendal er det ingen særlige skillelinjer mellom politikere når det gjelder bruk av kulturarven i nærings sammenheng. Det er bred enighet om at kulturarven, for eksempel knyttet til industrihistorien, kan utnyttes enda bedre. I større grad dreier uenighet seg om byutvikling generell, selv om utbyggingsplanene for Barbuområdet også berører kulturhistorien. Denne saken har engasjert befolkningen i alminnelighet og debatten har vært heftig. Ingen av våre informanter har ”omfavnet” disse planene (som foreløpig ikke er realisert).

#### 4.11.2 Sammenfatning

Det store bildet, og den sentrale diskursen i byene, er at det er tverrpolitisk vilje og ønske om å ta vare på kulturarven, og at politikerne ser kulturarven som en kilde til næringsutvikling og økonomisk vekst. I Ålesund er det imidlertid et skille mellom Frp, Høyre, SP og Tverrpolitisk liste på den ene siden, og SV, V og Krf. på den andre, og som gjelder hvor liberale eller strenge man skal være når det gjelder rehabilitering og andre tiltak i Jugendstilbebyggelsen (vi har ikke intervjuet representanter for Arbeiderpartiet, og kjenner derfor ikke til deres syn på dette). Politikere fra (spesielt) Venstre og SV synes lokale myndigheter i for liten grad har tatt vare på Jugendstilbyen og har tillatt for

mange tiltak som bryter med denne stilen. I de andre byene er ikke ”frontene” så tydelige, men gjelder mer nyanser i synspunkter i enkeltsaker, samt når det gjelder hvor mye private aktører skal slippe til i byutviklingen. I Narvik er det spesielt SV som er kritiske til kjøpesenteretablering på Trekanttomta, i forhold til satsing på kulturtiltak, mens politikere fra Høyre er mest åpne for andre aktiviteter (kjøpesentre og annet).

## 4.12 Kulturarvens potensialer for næringsutvikling – og noen utfordringer

### 4.12.1 Innledning

Byene som brukes som eksempler i dette prosjektet betrakter kulturarven (og kultur generelt) som en ressurs for næringsutvikling (og for lokal identitet profilering og omdømmebygging, som er tema i kapittel 3).

Kulturarven fremstår til dels som uutnyttede ressurser i nærings-sammenheng, noe det kan være ulike forklaringer på (noe som utdypes senere i kapitlet). Det mangler ikke på ideer, visjoner og ambisjoner, som for eksempel er nedfelt i kommunale og regionale planer, i utredninger fra forsknings- og konsulentmiljøer og i presentasjonene til utbyggere og hel- eller deleide kommunale selskaper. Gjennomgående representerer kulturarven i disse byene mer *potensialer* for næringsutvikling enn noe som i større omfang foregår. Uansett ambisjoner, er det viktig å ta utgangspunkt i lokale forutsetninger, og gjøre grundige analyser av muligheter og begrensninger i de respektive byene. Videre er det viktig å gjøre noen valg og prioriteringer. Dersom en ønsker å satse på kulturnæringer/kreative næringer i tidligere industriområder, som eksempelvis i Fredrikstad og Narvik, må man samtidig velge bort noe (som større kjøpesentre, parkeringsplasser etc.).

### 4.12.2 Narvik

I Narvik har det vært knyttet mange planer og ambisjoner til området Trekanten. Det følgende er sakset fra Statsbyggs omtale av Trekanten i 2005, i forbindelse med en veileder i kulturplanlegging (Kryss), der Narvik var case:



Området, som har en rekke gamle bygninger, haller og verksteder, skal nå bli en ny bydel med boliger, kultur og næringsvirksomhet. Skal du lokke til deg næringsdrivende eller få folk til å flytte til et sted, er det ikke nok med svømmehall, skole og barnehage tilbud. Folk vil ha kino, konserter og kafeer. De vil ha opplevelser og et levende kulturliv. I tillegg kan kommunene se på mulighetene for å skape nye arbeidsplasser med utgangspunkt i eksisterende kulturminner og kulturmiljøer. Gamle bygninger og industriområder kan gi stedet særpreg og nytt liv om det tas i bruk på nye måter.

Hvorvidt disse ambisjonene blir realisert, gjenstår å se, men så langt ser deler av området ut til å bli bitvis utbygget, og foreløpig er Amfi storsenter det mest synlige innslaget på Trekanten. Flere informanter (spesielt fra kommunens administrasjon) var kritiske til at hensynet til arbeidsplasser og ønsket om å få bedrifter til byen går foran alt: *"Det er stas å være kjøpesenterby. Det er ikke fokus på å tiltrekke seg kreative næringer."* (viste til planene om Ica Max). *"Kapitalen får rå og planer tilsidesettes"*, hevdet en informant (fra administrasjonen). Informantene mente at man burde hatt mer "is i magen", som blant annet innebærer å tenke mer strategisk og langsiktig. *"Det er viktig å ha noen milepeler, og ikke bare bygge luftslopp"*, fremholdt en informant (fra administrasjonen). Det var myntet på de mange visjonene som er utarbeidet om Narviks utvikling. Et eksempel som kan trekkes fram her er visjonen om at Nordland fylkeskommune har som mål å bli et ledende kulturfylke i Europa (Kulturplan for Narvik, 2005-2009). Selv om det er viktig å ha visjoner og se utover det lokale nedslagsfeltet, er det samtidig viktig å ha realisme i målsettingene, enten det gjelder Narvik eller andre byer.

Fortsatt er det diskusjon om bruk av arealene som frigis (kjøpes opp) av LKAB, og et stort lokalt engasjement, ble det påpekt av en politiker (H). Politikeren var usikker med hensyn til hva man kan få til av kulturaktiviteter, samt handel og næring, i dette området. Havneutbyggingen er foreløpig på vent, og det skjer ikke noe før LKAB er ferdig med sin omstrukturering av malmlagringen.

Det er mange vyer, men det skjer ikke så mye. Ingen helhetlig tenkning rundt utviklingen, f eks om det skal

bli et nytt sentrum og hva området skal være i forhold til sentrum (informant fra administrasjonen).

Det er en utfordring å ha et tilstrekkelig befolkningsunderlag for ulike aktiviteter, og få nok besøkende, påpekte en politiker (H). Samme informant mente også at det er en utfordring knyttet til å få ulike aktører til å trekke i samme retning. En annen utfordring er å få etablert tilstrekkelig med næringsaktiviteter på disse store arealene.

En spesiell utfordring, som flere påpekte, er den anstrengte kommuneøkonomien i Narvik: *"Økonomien styrer alt. Vi mangler overskudd til å tenke langsiktig og utvikle samfunnet. Det er synd"*, uttalte en politiker (AP). Andre mente imidlertid at økonomiske nedgangstider har noen positive sider, ved at det stopper opp for en del lite gjennomtenkte utbygginger og man får en tenkepause.

#### 4.12.3 Arendal

Det å se kulturhistorien (og kultur for øvrig) som kilde til økonomisk verdiskaping gjøres på tvers av ulike partier, og man er opptatt av å påvise sammenhenger, påpekte en informant fra ledergruppa i kommunen. Viste her til Cato Litangens notat om Samfunnsbyggingsprosjektet (som Nesje, Jeppesen og Røed har evaluert, se under).

Aronsen (2006) har beskrevet Arendals kreative potensiale innenfor kulturnæringene, der bibliotek, museer og beslektete har hatt økt sysselsetting med ca. 50 prosent i perioden 2000-2006, og er det eneste (kreative) feltet som har hatt jevn vekst over tid. Rapporten peker også på potensialet som er knyttet til økt forbruk av kultur- og fritidstilbud. Kjæmpestaden, Bomuldsfabriken Kunsthall og Aust-Agder Kulturhistoriske Senter brukes som eksempler på kulturaktiviteter som er i positiv utvikling, også økonomisk.

Høykompetansebedrifter som Advanced Petroleum and Loading (APL) og Solvan Marine har engasjert seg i kulturaktiviteter/andre tiltak og bruker kultur, maritime festivaler og ulike begivenheter i merkevarebyggingen. Uansett om formålene er egennyttige eller uegennyttige, kan slike bedrifter bidra til å profilere byen og

historien, og kanskje også gjøre det attraktivt å etablere seg for andre høykompetansebedrifter/kreative næringer:

Men vi må ikke bruke opp næringslivet og organisasjonslivet, det er viktig å få dem med på de viktige tingene; langsiktige og tunge prosesser”  
(informant fra ledergruppen i kommunen).

Kommuneplanutvalget i Arendal har en regional tilnærming, blant annet gjennom scenarioet Rogaland/Agder 2020. Den regionale tilnærmingen ble av en sentral aktør i ledergruppa i kommunen betegnet som en ny dimensjon i kommuneplanarbeidet. Informanten mente at det var en del utfordringer for Sørlandet som tilsier en regional tenkning. Faktorer for økonomisk vekst er blant annet kultur- og næringsutvikling og boligbygging, ble det understreket. Flere påpekte at kulturinstitusjonene, og spesielt Aust-Agder Kulturhistoriske Senter, kunne vært mer offensive og utadrettete. For eksempel er det uutnyttede potensialer i industrihistorien (og som kunne gjøres bedre kjent for besøkende). 1911-jubilèet er et gyllent tidspunkt, ble det påpekt<sup>4</sup>. De mindre museene burde også gjøres mer kjent og bli mer tilgjengelige, understreket en informant fra administrasjonen. det er også viktig å bruke kompetansen til de over 60 år; mange av dem kan brukes til å guide grupper på byvandring o.l. ble det påpekt.

#### 4.12.4 Fredrikstad

Også i Fredrikstad fremstilles deler av kulturhistorien som uutnyttede ressurser:

Kulturarven brukes lite i markedsføringen, for eksempel at vi har spor fra Bronsealderen (helleristningene). Det underkommuniseres også innad i kommunen (politikere, AP).

---

<sup>4</sup> I januar 1911 utstedte Arendal Fossekompagni, som industrigrunder Sam Eyde sto bak (derav navnet Eydehavn) en offentlig aksjeinnbydelse. Folk ble oppfordret til å kjøpe aksjer som skulle finansiere både utbyggingen av Beylefoss og reisingen av et fullt jern-, stål og valseverk som skulle baseres på resultatene fra prøvefabrikken i Hardanger (kilde: Ole Kistian Grimnes, [www.aaks.no/Eydehavn/Samfunnet/Etablering](http://www.aaks.no/Eydehavn/Samfunnet/Etablering)).

Det knytter seg også en utfordring til balanseringen mellom bruk og vern. Det gjelder blant annet i Gamlebyen i Fredrikstad: *Vi er redde for slitasje, siden det er et turistmål. Viktig å ha respekt for og ta hensyn til fortet*, uttrykte et par av informantene (politikere, H og AP).

Samtidig må en unngå at det blir et dødt område, der beboere og næringsdrivende forhindres fra nødvendig bilkjøring og ikke har muligheter til parkering, ble det understreket. Dette er en sak det ikke er så lett å komme til enighet om, det vil si hvordan praktiske hensyn og vern best balanseres.

#### 4.12.5 Ålesund

I Ålesund har man Jugendstilbebyggelsen som et ”flaggskip”, men enkelte av informantene uttrykte en bekymring for at Jugendbebyggelsen ikke lenger utgjør en sammenhengende, intakt bebyggelse på grunn av inngrep som er gjort de siste tiårene, at det ikke vil være det trekkplasteret for tilreisende som den kunne vært (og som kresne, kulturorienterte besøkende kanskje venter å finne.) Å få liv i denne delen av byen, og unngå et musealt preg, er en også en utfordring, ble det påpekt. Problemstillingen aktualiseres ved ny utbygging på sørsiden av byen, som kan bidra til at sentrum flyttes mot dette området.

#### 4.12.6 Tommelfingerregler for ”kulturarvindustrien”

For byer og steder som satser på ”kulturarvindustrien” kan det være verdt å merke seg noen tommelfingerregler formulert av Louise Nyström (1999):

- Sats på mangfold – kulturmiljøer klarer seg ikke alene som turistattraksjon
- Satsinger på turisme skal være langsiktige og fange mange fluer i en smekk
- Investeringene må være til glede for lokalbefolkningen og avkastningen må forbli i kommunen
- Satsinger som innebærer å løfte fram den lokale kulturen og forbedre bymiljøer er gunstig både for tilreisende og

- innbyggere. Når de senere får øynene opp for sin bys kvaliteter forsterkes selvfølelse og identitet
- Ingen bygger en kulturby på egenhånd. Kommunen, bedrifter, foreningsliv og innbyggere må bidra (jf. partnerskap og økt vekt på medvirkning i planleggingsprosesser)
  - Kulturarven er en gullgrube om den suppleres med andre kultursatsinger

#### 4.13 Avslutning og konklusjoner

Kultur anvendes i økende grad som et virkemiddel i by- og tettstedsutvikling, der ”kultur- og opplevelsesindustrien” i mange tilfeller betraktes som midler til å motvirke stagnasjon og utflytting og gjøre stedene attraktive for nye beboere, næringsliv og tilreisende. Det er også en beskrivelse som gjelder for de fire byene som er eksempler i denne i rapporten. Tanken er at kulturbasert by- og stedsutvikling kan skape nye arbeidsplasser og innby til samarbeid mellom kunstnere, kommune og næringsliv, og bidra til å øke innslaget av byturisme, hvor kulturelle tilbud er særlig viktig. Flere norske byer i omdanning fra industri til andre formål satser på ”kultursporet”. Utfordringen byer som Fredrikstad, Narvik og andre med ambisjoner om å tuft kulturindustri på industriens ruiner står overfor, er flere. Når den industrielle kulturarven ikke er fredet, og forfallet går sin gang, blir det vanskelig å få gjenklang for argumenter om å ta vare på skallene av industribygninger. Uten en bred oppslutning hos politikere, private aktører og i sivilsamfunnet, kan kulturambisjonene lett bli luftslott. Ikke minst dersom arealene kan brukes til forretningsvirksomhet eller annen næringsvirksomhet som krever et visst volum, parkeringsplasser osv.

I Narvik er man på glid i forhold til å tillate aktiviteter som står nokså fjernt fra kunnskapsbaserte, kreative næringer, men dersom kulturnæringene ikke står i kø for å innta gamle industribygninger, takker man gjerne ja til andre aktiviteter. I Fredrikstad har man hatt strengere retningslinjer når det gjelder hvilke aktiviteter som skal inn på Værsteområdet, og der tillates ikke kjøpesentre. Konteksten er ulik byer i mellom, men en forutsetning for å bruke kulturarven (som eldre industribygninger/anlegg), er at det er en felles oppfatning blant sentrale aktører om utviklingsretning, hva man

ønsker å oppnå og hvordan man skal få det til. Det innebærer også å kunne si nei til noe. Problemstillingen er spesielt relevant i byer som Fredrikstad og Narvik, mens utfordringene i Arendal og Ålesund er noe annerledes. Selv om det sikkert kan være noen i Ålesund som ønsker å rive mer av Jugendstilbebyggelsen, er det i liten grad et tema, snarere er lokale myndigheter og befolkningen i stor grad stolte av, og ”advokater” for, Jugendstilbyen og betrakter den som byens viktigste merkevare. I Arendal og Narvik er henholdsvis Kjæmpestaden og Svarta Bjørn begivenheter som har økonomiske ringvirkninger (gjennom avledete aktiviteter, inntekter fra besøkende etc.). Samtidig pekes det på at også disse begivenhetene kan utnyttes enda bedre.

Det å inkludere og mobilisere næringsliv, frivillige organisasjoner og befolkningen mer allment, samt forankre det politisk og administrativt på tvers av ulike sektorer, er et godt utgangspunkt for å lykkes. Det betyr at mange får et ”eierskap” til satsinger, og kulturarven (i seg selv og/eller som ramme om andre aktiviteter) kan bli en kilde til lokal tilhørighet og identitet. Byområder preget av kulturaktiviteter kan bli attraktive bolig-, arbeids- og besøkssteder. Og kulturarven kan bidra til at befolkningen føler tilhørighet til byen. Gode ideer og inspirasjon kan hentes både fra andre norske byer og fra utlandet, for eksempel når det gjelder å se muligheter som ligger i å satse på kulturhistorien (eller moderne kultur). Uansett er det viktig å ta utgangspunkt i, og bygge videre på, egne særtrekk, kvaliteter og historie, slik det gjøres både i Fredrikstad, Arendal, Ålesund og Narvik. Det betyr at man bør ta lokale kontekster i betraktning når det gjelder hva som er mulig å få til på mindre steder/byer.

Dersom en skal tiltrekke seg tilreisende, flere innbyggere og næringer, bør man ha et variert tilbud når det gjelder kultur og fritidsaktiviteter og et variert byliv. Det gjelder uansett om det er snakk om disse byene, eller andre. I Narvik er det for eksempel en utfordring at byens befolkning trekker ut av sentrum til hyttene sine i helgene og byen kan dermed oppleves nokså død for dem som etterspør et variert og levende byliv. Dette er imidlertid ikke enestående for Narvik, men en situasjonsbeskrivelse for mange norske byer. Europeiske byer som ofte trekkes frem som forbilder for norske byer i omdanning har gjerne et større befolkningsgrunnlag å spille på både når det gjelder lokalbefolkning og besøkende enn det de fleste norske byer og steder har, og er ofte i

---

stand til å tilby stor bredde i tilbud. Det er velkjent at folk trekkes mot ”levende” byer, og dersom tilbudet når det gjelder kultur, shopping og kafe- og restaurantliv er magert, kan en by fremstå mindre attraktiv i konkurransen med andre byer om å tiltrekke seg folk.

De fire casebyene har alle ambisjoner om å bruke kulturarv i en eller annen form i by- og stedsutvikling, inkludert næringsutvikling, og preges av en mentalitet som dreier seg om å ta vare på historien og betrakte den som en ressurs snarere enn som en bremsekloss for utvikling. Denne utviklingen vil trolig skyte fart i årene som kommer – dersom visjoner og planer og utredninger som peker på kulturarv (og andre kulturformer) som suksessfaktor i stedsutvikling blir omsatt til handling og aktiviteter.

## Referanser

- Aftenposten (2007): *Arveoppgjøret i Hardanger*. Avisartikkel 8/9 2007.
- Amundsen, A.B. (2004): *Articulations of Identity: A Methodological Essay and a Report of Askim and Tidaholm*. I: C. Hague og P. Jenkins (red.): *Place Identity, Participation and Planning*. London: Routledge.
- Arbo, P. (2002): Partnerskap – den nye universalløsningen? *Plan*, 6: 4-11.
- Aronsen, M. (2006): *Kreative næringer i Arendal. Kartlegging og potensial*. Prosjektrapport. Kristiansand: Agderforskning.
- Bergens Tidende (2007): *Odda strevar vidare med verdivalet*. Avisartikkel 28/9-2007.
- Bugge, M.M., og A. Isaksen (2007): *Kultur – Retur. Fylkeskommunenes satsing på kulturbasert næringsutvikling*. NIFUSTEP, Rapport 4.
- Baadsvik, K. og K. Daugstad (2003): *Kulturminner og kulturmiljøer som grunnlag for verdiskaping*. Bind 783. Trondheim: Norsk institutt for naturforskning.
- Claval, P. (2007): *Changing Conceptions of Heritage and Landscape*. I: N. Moore og Y. Whelan (red.): *Heritage, Memory and the Politics of Identity. New Perspectives on the Cultural Landscape*. London: Ashgate.
- Dansk Bygningsarv (2009): *Kulturarv som et aktiv i byfornyelse*. Indenrigs- og Socialministeriet. København. Danmark.



- Ekne Ruud, M. med flere (2008): *Sosiokulturelle stedsanalyser. En veileder*. NIBR, Akershus fylkeskommune, Husbanken, Kommunal- og regionaldepartementet, Miljøverndepartementet.
- Eshuis, J. med flere (2007): *Changing the world by words and images: the growing importance of public branding*. Paper for the EURA Conference "The Vital City". European Urban research Association, Glasgow, UK.
- Evans, G. (2007): Measure and Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration. I: R. Paddison og S. Miles (red.): *Culture-Led Urban Regeneration*. London: Routledge.
- Fimreite, A.L., T. Medalen og J. Aars (2005): By-governance. I: A.L. Fimreite og T. Medalen (red): *Regioner i utakt*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.
- Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Foucault, M. (1969): *The Archaeology of Knowledge*. London: Routledge.
- Fredrikstad kommune: *Kommuneplanen (2006-2017)*.
- Fredrikstad kommune: *Kommunedelplan for Fredrikstad sentrum (Sentrumsplan 1999-2010)*.
- Fredrikstad kommune: *Kulturmelding, Fredrikstad 2000-2012*.
- Fredrikstad kommune: *Profileringsbrosjyre fra Opplev Fredrikstad 2008* ([www.fredrikstad-hvaler.no](http://www.fredrikstad-hvaler.no)).
- [www.fredrikstad.no](http://www.fredrikstad.no): *Profilering for flytting til Fredrikstad*.
- Goodwin, M. (1993): The City as Commodity: The Contested Spaces of Urban Development. I: G. Kearns og D. Crilley (red.): *Selling Places*. Oxford: Pergamon Press.

- Hague, C. (2004): Planning and Place Identity. I: C. Hague P. og Jenkins (red): *Place Identity, Participation and Planning*. London: Routledge.
- Hannigan, J. (2003): Symposium on Branding, the Entertainment Economy and Urban Place Building: Introduction. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27 (2): 352-360.
- Haraldsen, T. med flere (2004): *Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial*. Østlandsforskning, ØF-rapport 10.
- Harvey, D. (1989): From Managerism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler*, 71(2): 3-17.
- Haukeland, J.V. (2001): Turisme og byenes kultur. I: A. Viken (red.): *Turisme, tradisjoner og trender*. Oslo: Gyldendal.
- Hellevik, O. (1995): *Sosiologisk metode*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Holloway, L. og P. Hubbard (2001): *People and Places. The extraordinary geographies of everyday life*. Harlow: Prentice Hall.
- Innes, J. med flere (1994): *Co-ordinating Growth and Environmental Management through Consensus-building*. Berkeley: University of California Press.
- Jervan, B. med flere (2003): *Masterplan. Narvik som reisemål*. Narvik: Futurum.
- Kulturbyen Bergen 2003-2013.
- Lash, S. og J. Urry (1994): *Economies of Sign and Space*. London: Sage.
- Lindeborg, L. (1991): *Kultur som lokaliseringsfaktor*. ERU-rapport, Industridepartementet, Ds: 22.
- Litangen, C. (2006): *Levende Historie. Et forprosjekt for Samfunnsbyggingsprosjektet i Arendal*. Hisøy: Svaberg.

- Manzo, L. C. (2008): The Experience of Displacement on Sense of Place and Well-being. I: J. Eyles, og A. Williams (red.): *Sense of Place, Health and Quality of Life*. Geographies of Health. Aldershot: Ashgate.
- Massey, D. (1991): The political place of local studies. *Environment and Planning*, vol. A.
- McNeil, D. og A. White (2001): The New Urban Economies. I: R. Paddison (red.): *Handbook of Urban Studies*. London: Sage Publications.
- Miljøverndepartementet (1993): *Veileder i stedsanalyse*.
- Miljøverndepartementet (2005): *Miljøvennlige og attraktive tettsteder. Erfaringer og anbefalinger fra Tettstedsprogrammet*.
- Murray, C. (2001): *Making sense of place. New approaches to place marketing*. Comedia.
- Narvik kommune: *Kulturplan for Narvik, 2005-2009*.
- Narvik kommune: Brosjyren: *Sterke opplevelser*.
- Nesje L.M.; M. Jeppesen og H. Røed (2006): *Evaluering av samfunnsbyggingsprosjektet i Arendal*. Prosjektrapport nr. 16. Kristiansand: Agderforskning.
- Nutek (1997): *Regioner på väg mot år 2015*. Stockholm: Nutek.
- Nygård, T. (1995): *Den lille sosiologiboka. Innføring i sosiologisk handlingsteori*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Parkerson, B. og J. Saunders (2005): City Branding: can goods and services branding models be used to brand cities? *Place-branding*, 1 (3): 242-264.
- Ragin, C. (1994): *Constructing social research: the unity and diversity of method*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Relph, E. (1976): *Place and Placelessness*. London: Pion Ltd.

- Relph, E. (1987): *The Modern Urban Landscape*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Repstad, P. (1993): *Mellom distanse og nærhet. Kvalitative metoder i samfunnsfag*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Rose, G. (1995): Place and identity: a sense of place. I D. Massey og P. Jess (red.): *A Place in the World*. Oxford: Open University Press.
- Røe, P.G. med flere (2002): *Sandvika i støpeskjeen. En sosiokulturell studie av stedsutvikling*. NIBR-rapport - 2002 14.
- Røe, P.G. (2006): Utviklingen av ”levelige” steder – på hvilken måte kan sosiokulturelle stedsanalyser bidra? *Michael – det norske medisinske Selskab*, 3: 193-207.
- Semken, S. og C.B. Freeman (2008): *Sense of Place in the Practice and Assessment of Place-Based Science Teaching*. Wiley Inter-Science ([www.interscience.wiley.com](http://www.interscience.wiley.com))
- Shields, R. (1996): A guide to urban representation and what to do with it: Alternative traditions of urban theory. I: A.D. King (red.): *Re-presenting the City*. London: Basingstoke.
- Statsbygg (2005): *KRYSS. Veileder: kulturplanlegging i norske byer og tettsteder*. [www.kryss.no](http://www.kryss.no)
- St.meld. nr. 16 (2004-2005): *Leve med kulturminner*. Miljøverndepartementet.
- St.meld. nr. 22 (2004-2005): *Kultur og Næring*. Kultur- og kyrkjedepartementet.
- St.meld. nr. 21 (2005-2006): *Hjarte for heile landet. Om distrikts- og regionalpolitikken*. Kommunal- og regionaldepartementet.
- Svensson, R. og G. Adolfsson (1995): *Kulturen som drivkraft – konkrete effekter av nio større kultursatsningar i en region*. Torsby: Heidruns förlag.

- Tuan, Y. F. (1977): *Space and Place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- UNESCO (1996): Vårt skapande mångfald. *Rapport från världskommisionen för kultur och utveckling*.
- Vestby, G.M. (2003): *Ungdoms bilder av bygda og tanker om framtida*. NIBR- notat 2003:119.
- Vestby, G.M. (2005): *Byenes attraktivitet – byutvikling som grunnlag for profilering og markedsføring*. NIBR-rapport 2005:13.
- Vestby, G.M. og M. Ekne Ruud (2008): *Attraktive turistdestinasjoner – gode oppvekstmiljøer? Geilo og Hemsedal for lokal ungdom*. NIBR-rapport 2008:17.
- Vestby, G.M. (2009): *Stedsutvikling Eidfjord – sosiokulturell stedsanalyse*. NIBR-rapport 2009: 22.
- Vestby, G.M. og R. Skogheim (2010): *Floro i fokus – sosiokulturell stedsanalyse for byutvikling og profilering*. NIBR-rapport 2010: 6.
- Weissglas, G. med flere (2002): Kulturarvet som resurs för regional utveckling. En kunskapsöversikt. *Rapport från Riksantikvarembetet*, 2002:1. Stockholm: Riksantikvarembetets förlag.
- Widerberg, K. (2001): *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Williams, D. R. og S. I. Stuart (1998): Sense of Place. An Elusive Concept That Is Finding a Home in Ecosystem Management. *Journal of Forestry*.
- Williams, A. med flere (2008): Developing a Psychometric Scale for Measuring Sense of Place and Health: An Application of Facet design. I: J. Eyles og A. Williams.: *Sense of Place, Health and Quality of Life*. Aldershot: Ashgate.
- Willim, R. (2005): It's in the Mix. Configuring Industrial Cool. I: O. Löfgren og R. Willin (red.): *Magic, Culture and The New Economy*. Oxford: Berg.

Ålesund kommune: - [www.aalesund.kommune.no](http://www.aalesund.kommune.no) -  
[www.aalesund.kommune.no/fiskerihistorien](http://www.aalesund.kommune.no/fiskerihistorien)-  
[www.aalesund.kommune.no/sub/byutvikling](http://www.aalesund.kommune.no/sub/byutvikling)